

Hoofdstuk 1 Inleiding

Inleiding

In het eerste hoofdstuk wordt de opzet van het onderzoek uiteengezet. De aanleiding van het onderzoek resulteert in een concrete probleem-, doel- en vraagstelling. De leeswijzer beschrijft in het kort de inhoud van de verschillende hoofdstukken. Aan het eind van het hoofdstuk bevindt zich een lijst met begrippen.

1.1 Aanleiding

Er wordt in Nederland al jaren gesproken over wijken die aan de rand van de afgrond staan. Dit is niet alleen af te lezen aan het gevoerde overheidsbeleid zoals, het grote stedenbeleid, 56 wijkaanpak en 100 wijkaanpak programma's. Het nieuwe kabinet geeft ook hoge prioriteit aan het verbeteren van wijken door middel van het nieuw gevormde ministerie "Wonen, Wijken en Integratie". Want er staat nog steeds een groot aantal jaren '60 en '70 wijken op de agenda om geherstructureerd te worden. Gemeenten willen meer diversiteit in het woningaanbod en daarmee meer diversiteit in de samenstelling van de bevolking van de nu nog eenzijdig opgebouwde wijken (Priemus e.a, 1998: p4). Hiermee wordt een halt toegeroepen aan de verloedering van deze wijken. Om dit gedifferentieerde aanbod te realiseren moeten ontwikkelaars juist woningen ontwikkelen in het midden en duurdere segment. Echter het probleem is dat het gedifferentieerde woningaanbod geen gretige aftrek vindt (Duijvestijn, 2006: p95). De redenen hiervoor lopen uiteraard sterk uiteen. Zoals het imago van de wijk, de bevolkingssamenstelling en de kwaliteit van de omgeving. Met name het laatste punt is interessant omdat de invloed hiervan vaak wordt onderschat. Toch is de omgeving bepalend voor de woontevredenheid, hierbij valt te denken aan de voorzieningen in de wijk zoals winkels.

Het winkelaanbod heeft juist in jaren '60 en '70 wijken een bijzondere positie. Het staat bekend om zijn fijnmazigheid. Meerdere winkelcentra in de wijk, waardoor de winkelcentra relatief dichtbij elkaar liggen. De huidige trend laat zien dat deze situatie geen stand houdt in de toekomst, gezien de slechte prestaties van veel buurt- en wijkwinkelcentra.

Om dit tijt te doen keren zal het winkelaanbod op een dusdanige manier aangepakt moeten worden, dat consumenten er weer willen winkelen en er hun dagelijkse boodschappen gaan doen. Er zijn in Nederland genoeg voorbeelden van wijkwinkelcentra die flink zijn opgeknapt en uitgebreid. Hieruit blijkt dat het revitaliseren van winkelcentra niet zonder gevolgen is. Het lijkt indirect invloed te hebben op de attractiviteit van het woningaanbod en woningprijzen in de directe omgeving.

Uit diverse Engelse en Amerikaanse onderzoeken is gebleken dat de woningprijs voor een groot gedeelte wordt verklaard door omgevingskenmerken. In Nederland is er nog weinig onderzoek gedaan naar deze relatie (RPB, 2006: p14). Het beperkte onderzoek dat in Nederland verricht is toont wel aan dat de omgeving een behoorlijke invloed heeft op de woningprijs en dus ook de woningvraag. Feit is dat een verbeterd winkelaanbod leidt tot een verbeterde omgevingskwaliteit. Dit leidt indirect tot een betere kwaliteit van de woningen (VROM, 2006a: p17). Dat komt weer ten goede aan de vraag naar woningen. En dus ook van de vraag naar nieuwe gedifferentieerde koopwoningen.

Kortom, de kwaliteit van het winkelaanbod kan een belangrijke rol vervullen en kansen creëren voor de aantrekkelijkheid van woningen in jaren '60 en '70 wijken. Om meer inzicht in deze relatie te krijgen is aanvullend onderzoek nodig. Dit vormt dan ook de directe aanleiding voor het onderzoek dat voor u ligt.

1.2 Relevantie

Het onderzoek is ten eerste bruikbaar voor Bouwfonds. Het levert inzicht in de relatie tussen herstructurering van het winkelaanbod in jaren '60 en '70 wijken en de

attractiviteit van de woningmarkt. De effecten van herstructurering worden aan de hand van een aantal casestudies in kaart gebracht. De selectie van cases is samen met een aantal regiokantoren gemaakt. Zij krijgen dankzij het onderzoek een beter inzicht in de mogelijkheden en kansen van herstructurering van het winkelaanbod. Deze kennis kan niet alleen meegenomen worden bij het herontwikkelen van winkelcentra. Maar voor de afzet van woningen levert het eveneens een bijdrage. Het gedrag van de woonconsument is dieper geanalyseerd waardoor beter op diens wensen ingespeeld kan worden.

Naast het nut voor Bouwfonds is er het wetenschappelijke nut. Omdat de causaliteit tussen het winkel- en woningaanbod vanuit een nieuwe integrale invalshoek onderzocht wordt, krijgt het onderzoek een uniek karakter. Zoals gemeld is er in Nederland nog weinig onderzoek gedaan naar de invloed van de woonomgeving op de woningprijs. En al helemaal niet van opgeknapte winkelcentra in het bijzonder. Dit onderzoek levert dan ook een wetenschappelijke bijdrage binnen het vakgebied vastgoedkunde.

1.3 Probleem-, doel- en vraagstelling

1.3.1 Probleemstelling

Huidige en toekomstige ontwikkelingen in de retailmarkt leiden er toe dat de detailhandelsstructuur een grote verandering zal ondergaan. De ontwikkelingen hebben met name een negatief effect op de onderzijde van de klassieke detailhandelhiërarchie, zoals de wijk- en buurtwinkelcentra. In een aantal gevallen heeft dit al tot een herstructurering van het detailhandelaanbod in wijken geleid.

Een ander probleem dat zich in deze wijken voordoet heeft betrekking op de slechte afzet van nieuw ontwikkelde woningen. Veelal gaat het om een gedifferentieerd woningaanbod.

Zoals in de aanleiding al vermeld is, zijn detailhandel en woningaanbod onderling sterk afhankelijk van elkaar. De huidige en toekomstige herstructureringen bieden allerlei kansen. Probleem is dat deze kansen nog niet vanuit een integrale benadering onderzocht zijn. Het is daarom interessant om juist vanuit een integraal perspectief deze kansen in kaart te brengen. De probleemstelling resulteert in de volgende doelstelling en vraagstelling.

1.3.2 Doelstelling

Het verbeteren van het winkelaanbod heeft een soort dubbeleffect. Het komt niet alleen ten goede aan het winkelaanbod op zich, maar het komt indirect ook ten goede van de kwaliteit van de woningen. Hoe deze variabelen zich tot elkaar verhouden is onduidelijk, daarom is het noodzakelijk om de relatie winkelaanbod- woningvraag dieper te analyseren.

1.3.3 Vraagstelling

<i>Leidt een verbeterd winkelaanbod tot een andere attractiviteit van het woningaanbod in jaren '60 en '70 wijken?</i>
--

Om een antwoord te kunnen geven op deze vraagstelling wordt de onderzoeksvraag in een aantal deelvragen opgesplitst:

- Wat is het profiel van Nederlandse jaren '60 en '70 wijken in sociaal en economisch opzicht?
- Wat is het winkelaanbod in Nederlandse jaren '60 en '70 wijken?

- Hoe ziet de woningmarkt in Nederlandse jaren '60 en '70 wijken er kwantitatief gezien uit?
- Hoe ziet de woningmarkt in Nederlandse jaren '60 en '70 wijken er kwalitatief gezien uit?
- Waaruit bestaat het duurdere segment van de woningmarkt in jaren '60 en '70 wijken?
- Hoe belangrijk is het winkelaanbod voor bewoners van jaren '60 en '70 wijken?
- Hoe belangrijk is het winkelaanbod voor bewoners van jaren '60 en '70 wijken opgedeeld naar prijsklassen?
- Welke oplossingsrichtingen zijn er te bedenken om het winkelaanbod in Nederlandse jaren '60 en '70 wijken aantrekkelijker te maken voor hogere inkomens?

1.4 Leeswijzer

Het onderzoeksverslag is opgedeeld in acht hoofdstukken. In het eerste hoofdstuk is reeds de aanleiding, de probleem-, doel- en vraagstelling besproken. Het wordt afgesloten met een lijst met begrippen en definities die gedurende het onderzoek als bekend verondersteld worden. In hoofdstuk twee wordt het theoretisch kader behandeld. Welke theorieën liggen ten grondslag aan dit onderzoek? In het derde hoofdstuk wordt de onderzoeksopzet en de methodologie beschreven. Er zijn verschillende onderzoekstechnieken gebruikt, zoals literatuurstudie, data-analyse, surveyonderzoek en veldwerk. Elke methode zal hier nader toegelicht worden. Het vierde hoofdstuk bevat de beschrijving van de vier casestudies die zijn onderzocht. In de hoofdstukken 5 en 6 wordt een profielschets gegeven van respectievelijk de woningmarkt en de winkelmarkt in het algemeen en voor jaren '60 en '70 wijken in het bijzonder. Deze hoofdstukken bevatten voornamelijk achtergrondinformatie ingewonnen door middel van literatuurstudie en het analyseren van databases, waaronder het WBO.

De cases spelen een belangrijke rol in het onderzoek, vooral met betrekking tot de m²-prijs ontwikkeling van woningen en voor de afname van enquêtes. De resultaten hiervan zullen gepresenteerd worden in hoofdstuk 7. Aan de hand van deze resultaten kan een antwoord gegeven worden op de onderzoeksvragen. De conclusies staan in hoofdstuk 8. Waarin eveneens enkele discussie punten besproken worden en tot slot enkele aanbevelingen worden gedaan.

1.5 Begrippen en definities

WBO

Woningbehoefte onderzoek 2002. Een door VROM opgesteld surveyonderzoek onder 60.000 huishoudens met als doel inzicht te krijgen in de huishoudenssamenstelling, de huisvestingssituatie, de woonwensen en het verhuisgedrag van de Nederlandse bevolking (WBO, 2002).

WVO

Winkelvloeroppervlak, dit is het voor de consument toegankelijk deel van de winkel (DTZ, 2005).

VVO

Verkoopvloeroppervlak, dat deel van de winkelruimte waar huur voor betaald wordt. Dit is op hoofdlijnen het WVO vermeerderd met magazijn- en personeelsruimte (DTZ, 2005).

VKP

Verkooppunt(en) of detailhandelsvestiging(en) (Locatus, 2006)

Dagelijks

Producten die consumenten dagelijks gebruiken, zoals voeding en persoonlijke verzorging. De afstand die men hiervoor wil afleggen is beperkt (Locatus, 2006).

Niet-Dagelijks

Producten die consumenten niet dagelijks aankopen, zoals kleding en elektronica. De consument is bereid een grotere afstand af te leggen voor deze producten dan voor dagelijkse producten (Locatus, 2006).

M²-Prijs

De prijs van een woning gedeeld door het oppervlak. In het onderzoek is geen onderscheid gemaakt naar woningtype. De gebruikte m²-prijzen zijn het gemiddelde van alle woningtypen (tussenwoning, hoekwoning, twee onder één kap, vrijstaand en appartement).

Renovatie

Het verbeteren van de kwaliteit van een vastgoedobject door een ingrijpende verbouwing (Van Dale, 2006). Bij winkelcentra gaat dit vaak gepaard met een uitbreiding van het metrage.

Integrale ontwikkeling

Integrale gebiedsontwikkeling is een per definitie complex proces. Het gaat om een groot aantal partijen en meerdere functies. Met al hun vaak uiteenlopende belangen moeten ze worden gevat in één planproces, uitmondend in een breed gedragen kwaliteitsproduct. Bovenal moet er sprake zijn van aanvaardbare investeringen en risico's (Ecorys, 2006).

Planmatige winkelcentra

Winkelcentrum dat is ontwikkeld volgens een vooraf bedacht plan. Daarbij is rekening gehouden met aspecten als de grootte van het verzorgingsgebied, bereikbaarheid, differentiatie en omvang van het winkelapparaat (Soeterboek, 2005: p7).

Hoofdwinkelgebied

Een hoofdwinkelcentrum is tegelijkertijd ook het grootste winkelcentrum in de woonplaats, 100 tot 400 winkels (Locatus, 2006).

Stadsdeelcentra

Een stadsdeelcentrum is altijd een aanvulling op een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum, meer dan 50 winkels (Locatus, 2006).

Wijkcentra (groot)

Een wijkwinkelcentrum bestaat naast een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum, en heeft minder winkels dan een stadsdeelcentrum, 25-50 winkels (Locatus, 2006).

Wijkwinkelcentrum (klein)

Deze centra hebben een specifiek ondersteunende functie. Tot een klein winkelcentrum worden enerzijds winkelconcentraties gerekend met 5 tot 10 winkels en 2 of meer supermarkten. Anderzijds worden hiertoe centra gerekend met 10 tot 25 winkels, minder dan 25 winkels (Locatus, 2006).

Buurtcentra

Dit zijn winkelconcentraties met minimaal 5 winkels en maximaal 9 winkels. Daarnaast is er één of geen supermarkt in dit type winkelgebied aanwezig (Locatus, 2006).

Hoofdstuk 2 Theoretisch kader

Inleiding

In dit hoofdstuk worden verschillende theorieën besproken die ten grondslag liggen aan dit onderzoek. Deze theorieën hebben uiteraard betrekking op het Nederlandse winkellandschap. Deze detailhandelsstructuur is in tal van opzichten als uniek te bestempelen. Enkele kenmerken zijn de fijnmazigheid, het terughoudende overheidsbeleid en de nadruk op het belang van het kernwinkelapparaat. Dit is te verklaren aan de hand van een aantal theorieën waarop het Nederlandse detailhandelsbeleid gebaseerd is. Drie belangrijke theorieën zullen in het komende hoofdstuk de revue passeren.

2.1 Ruimtelijke impact analyse

Onder ruimtelijke impactanalyse wordt verstaan: De analyse en prospectie van die effecten van een sleutelement in een bepaald gebied, die zich manifesteren in wijzigingen in functionele, in locationele of in artefactiële zin (Buit, 1971: p6). Een winkelcentrum in een wijk is zo'n sleutelement. Veel van deze winkelgebieden zullen op den duur gerevitaliseerd worden. Is dit niet het geval dan is sloop het toekomstige alternatief. Duidelijk is dat het één en ander gaat veranderen, daarom is de theorie van Buit uiterst bruikbaar.

Deze vorm van analyse is vooral in de jaren '70 en daarna, een veelvuldig gebruikte methode voor geografisch/planologisch onderzoek. Zoals Buit (1971: p8) verwoordt: "Een sleutelement roept ruimtelijk relevante effecten in een stad of regio op, omdat dit element de bestaande condities voor het opereren van talrijke andere bestaande of potentiële huishoudens wijzigt." Huishoudens ondergaan deze veranderingen passief of reageren juist actief op de gewijzigde condities, daaruit vloeien weer effecten voort. Er zijn drie soorten impact te onderscheiden:

Functionele impact

Deze relatie betreft het, door het sleutelement (zoals een vernieuwd winkelcentrum), scheppen van nieuwe condities voor "ontvangende" huishoudens ten aanzien van hun functie (bezigheden). Leidt dit daadwerkelijk tot een verandering van de aard of omvang van hun bezigheden, dan doet zich functionele impact voor. Een voorbeeld hiervan zou kunnen zijn dat mensen het winkelcentrum anders zijn gaan waarderen dan daarvoor het geval was. Een ander voorbeeld zou kunnen zijn dat mensen er vaker gaan winkelen.

Locationele impact

Wanneer er door het nieuwe element condities gecreëerd worden en de kwaliteit van de plaats en omgeving van de "ontvangende" huishoudens wijzigt ten opzichte van de kwaliteit van de plaats en omgeving van nabij gesitueerde huishoudens, dan is er sprake van locationele impact. Deze vorm van impact kan geconcretiseerd worden door het voorbeeld van afstandsverval. De huishoudens die het dichtst bij het winkelcentrum staan, profiteren het meest van de revitalisering. In winkelcentra waar juist overlast en onveiligheid overheerst hebben de huishoudens die het dichtst bij het winkelcentrum wonen logischerwijs eerder overlast dan overige huishoudens.

Artefactiële impact

Tenslotte de artefactiële impact. Deze doet zich voor wanneer het sleutelement nieuwe condities schept voor "ontvangende huishoudens" met betrekking tot de kwaliteit, soort en oppervlakte van hun huisvesting. Zoals de indeling, bouwdatum, verbouwingsgraad en ook oppervlaktematen. Een voorbeeld van deze vorm van impact is een stijging in de prijzen van nabij het gerevitaliseerde winkelcentrum gelegen woningen, als gevolg van een indirecte kwaliteitsstijging. Andere voorbeelden zijn het realiseren van nieuwe appartementen boven het gerevitaliseerde winkelcentrum of in de nabije omgeving.

De samenhang tussen deze drie typen impact vormen de integrale ruimtelijke impact. Des te groter de impact van het sleutelelement, des te meer huishoudens de gevolgen van de gewijzigde koppelingen (functioneel, locationeel en artefactieel) met het sleutelelement ondervinden.

Zoals beschreven is, kan de primaire impact een combinatie van drie verschillende vormen aannemen. Tevens kunnen vanuit een primaire impact nog secundaire, tertiaire en zelfs meerdere effecten optreden. Deze *rondes* vormen de kettingreactie veroorzaakt door de schok vanuit het sleutelelement.

Het analyseren van ruimtelijke impact gebeurt in drie fases, namelijk:

Effecttracering

De effecttracering gaat over het bepalen van de effecten die verwacht worden. In dit onderzoek beperkt zich dat tot de waarde ontwikkeling van woningen als gevolg van de herstructurering van het winkelcentrum. Daarnaast wordt gekeken naar het belang en de tevredenheid van zowel de woonomgeving als het winkelcentrum.

Effectmeting

De effectmeting is de daadwerkelijke analyse van de opgetreden effecten. Dit vormt dan ook de kern van het onderzoek, het betreft hier een gedeeltelijke ruimtelijke impact analyse. Voor de operationalisering van de ruimtelijke impact analyse wordt verwezen naar hoofdstuk 3.

Effectinterpretatie

De interpretatie resulteert uiteindelijk in de conclusie en aanbevelingen. Tevens gaat het hier ook om de bevindingen om te zetten in een voor Bouwfonds te implementeren methode.

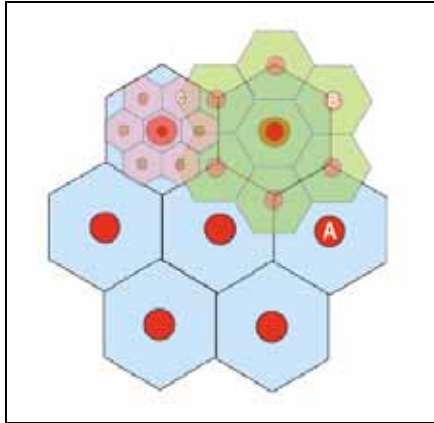
De theorie is zoals gezegd bruikbaar omdat het gericht is op de effecten van een wijziging van sleutelementen. Het onderzoek richt zich op een tweetal casestudies waarbij het winkelcentrum *gerevitaliseerd* is en een tweetal casestudies waarbij het winkelcentrum *niet gerevitaliseerd* is.

2.2 Centrale plaatsentheorie

In 1933 legde Christaller met zijn studie "Die zentralen Orten in Süd-Deutschland" een relatie tussen de marktfunctie van plaatsen en het ruimtelijke patroon van steden en dorpen in de omgeving. Het ruimtelijke patroon van nederzettingen wordt verklaard op grond van hun verzorgingsfunctie. Dit wordt bepaald door de vraag naar de daar verkochte artikelen en de maximale afstand die de consument bereid is af te leggen voor deze artikelen. Dit wordt de range of reikwijdte van een artikel genoemd. Omdat per artikel deze range en de vraag naar het artikel verschilt, is er onderscheid gemaakt naar dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen. Dagelijkse artikelen hebben een lagere drempelwaarde en dus een kleiner verzorgingsgebied nodig. Niet-dagelijkse artikelen hebben daarentegen een hogere drempelwaarde en een groter verzorgingsgebied nodig. Hier kristalliseert zich als het ware een functionele hiërarchie uit. De grootste centrale plaats domineert bovenaan de piramide. De omvang van de markt neemt dus af met minder omvangrijke verzorgingsgebieden. Deze hiërarchie is vooral in jaren '60 en '70 wijken terug te zien. In veel van deze wijken is een onderscheid gemaakt naar een centraal hoofdwijkwinkelcentrum en kleinere omringende buurtwinkelcentra.

Beperking van het model is dat het uit gaat van een isotrope vlakte zonder fysieke belemmeringen zoals heuvels of rivieren, waarover de bevolking gelijkmatig is verdeeld. Daarnaast is er één soort vervoer en is de leverancier vanuit alle richtingen even gemakkelijk te bereiken. Daarnaast is er sprake van een volledig doorzichtige markt (Bolt, 1995: p36). Of wel de beperking van het model is dat de zojuist geschetste

situaties zich in de praktijk weinig voor doen. In het model is een duidelijke regelmaat in het aantal plaatsen en nederzettingen. De nederzettingen en hun voorzieningen zijn in hexagonale of zeshoekige marktgebieden verspreid (Post, 2004: p26). Deze structuur is duidelijk zichtbaar in figuur 2.1. De winkelstructuur in jaren '60 en '70 wijken wordt over het algemeen gekenmerkt door een vergelijkbare hiërarchische structuur.



Figuur 2.1 Ruimtelijke spreiding voorzieningen
Bron: Post, 2004

2.3 Cumulatieve causatie theorie

De locatietheorie van Myrdal behandelt het fenomeen cumulatieve causatie. Waarbij detailhandelsvestigingen veelal de wens hebben om zich te concentreren. De insteek hierbij is, dat op de beste locaties de grootste schaalvoordelen gehaald kunnen worden. Deze theorie is gebaseerd op de theorie van de cumulatieve werfkracht van Hotelling. Het komt er op neer dat nieuwe economische activiteiten in een bepaald gebied, dat gebied aantrekkelijk(er) kunnen maken voor andere nieuwe activiteiten. Bedrijven met soortgelijke en/of complementaire goederen presteren beter in nabijheid van elkaar dan afzonderlijk (Bolt, 1995: p56). Het zijn vaak grote trekkers (anchors) die een stuwende werking hebben op het hele winkelgebied. In de winkelgebieden die voor dit onderzoek onder de loep genomen worden is dit duidelijk merkbaar. Vernieuwingen/uitbreiding van een winkelgebied gaat veelal gepaard met de komst of uitbreiding van een grote (nieuwe) trekker.

Bovenstaande theorieën vormen de wetenschappelijke ondergrond voor het verdere onderzoek. Ze zijn van grote invloed geweest op de naoorlogse winkelplanning in het algemeen en voor de wijk- en buurtwinkelcentra in het bijzonder. De ruimtelijke impact analyse van Buit zal in hoofdstuk 3 geoperationaliseerd worden. In de hoofdstukken 5 en 6 worden respectievelijk de woningmarkt en winkelmarkt besproken. Deze markten zijn zoals gezegd sterk verbonden met de in dit hoofdstuk besproken theorieën.

2.4 Verwachtingen

De resultaten van het onderzoek zullen naar verwachting tot de volgende conclusies leiden:

- Het revitaliseren van een winkelcentrum leidt bij de bewoners tot een hogere tevredenheid aangaande wonen en winkelen. Omdat het winkelcentrum deel uit maakt van de woonomgeving en de woonomgeving deel uit maakt van de woontevredenheid, is de kwaliteit van het winkelaanbod indirect van invloed op de woontevredenheid.

- Eveneens is de verwachting dat het winkelaanbod belangrijker wordt voor de woontevredenheid nadat het gerevitaliseerd is.

Daarnaast heeft een vernieuwd winkelcentrum een hoger aandeel in de waardeontwikkeling van de woning. Des te dichterbij het winkelcentrum des te meer profiteren de woningen van waardeverhoging.

- Tevens is de integraliteit een belangrijke succesfactor voor dergelijke herstructureringen. Wonen en detailhandel kunnen niet los van elkaar gezien worden. Ze zijn onderling sterk afhankelijk, zeker in het geval van wijkwinkelcentra. Hiermee kan een oplossing aangedragen worden voor het dilemma om, of eerst te investeren in woningen of eerst te investeren in het winkelaanbod.
- Ten slotte is de verwachting dat de revitalisering van het belangrijkste winkelaanbod in de wijk, investeringsimpuls oproept voor de gehele wijk. Het roept nieuwe investeringen op voor nieuwbouwwoningen en de aanpak van nabijgelegen kleinere winkelcentra.

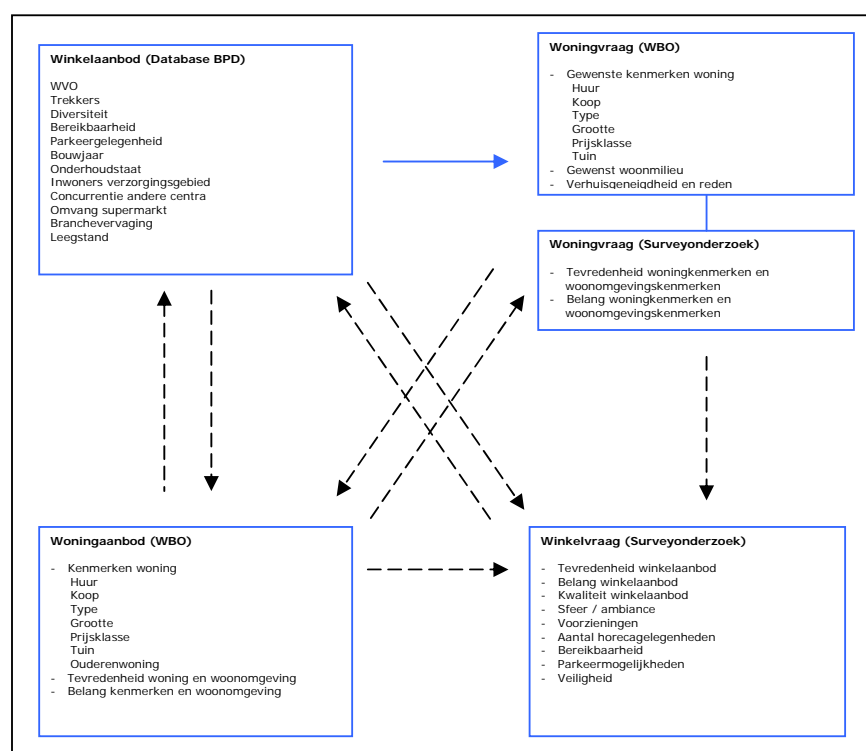
Hoofdstuk 3 Methodiek

Inleiding

De besproken theorieën in het vorige hoofdstuk vormen de basis voor de methodes die in dit onderzoek gehanteerd zullen worden. Met name de ruimtelijke impact analyse van Buit staat centraal. Deze theorie dient als kapstok voor de opzet van dit onderzoek. De opzet en de gebruikte methoden zullen in dit hoofdstuk elk apart besproken worden.

3.1 Onderzoekopzet

Om inzicht te krijgen in de context waarin het onderzoek zich bevindt is een conceptueel model opgesteld, zie figuur 3.1. Dit is noodzakelijk om de mogelijke effecten van het opgeknapte winkelcentrum in kaart te kunnen brengen.



Figuur 3.1 Conceptueel model

De grote blokken vormen de fundamenteën van het onderzoek. Hiermee wordt verwezen naar de woningmarkt, zowel de vraagzijde als de aanbodzijde en de winkelmarkt die ook uit een vraag- en aanbodzijde bestaat.

De onderzoeksvraag bepaalt de noodzaak om één relatie in te kaderen en daar het onderzoek op te richten. De blauwe pijl in de figuur geeft deze relatie aan, namelijk de relatie winkelaanbod - woningvraag. Dit geeft de basis weer voor de onderzoeksvraag.

Leidt een verbeterd winkelaanbod tot een andere attractiviteit van het woningaanbod in jaren '60 en '70 wijken?

De onderzoeksvraag kan opgesplitst worden in twee variabelen, te weten:

- de onafhankelijke variabele: winkelaanbod
- de afhankelijke variabele: attractiviteit van het woningaanbod in jaren '60 en '70 wijken

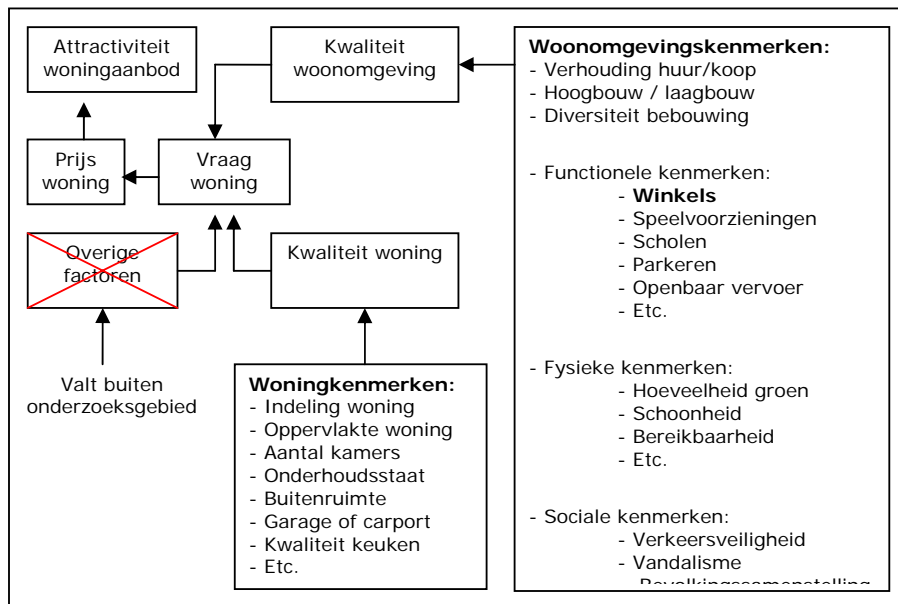
Deze variabelen kunnen verschillende waarden aannemen.
De onafhankelijke variabele bestaat uit de waarden:

- *Opgeknapt winkelcentrum*, een recentelijk opgeknapt winkelcentrum dat als hoofdwinkelcentrum fungeert in een wijk.
- *Niet opgeknapt winkelcentrum*, een winkelcentrum dat zich nog in originele staat bevindt en als hoofdwinkelcentrum fungeert in een wijk.

De afhankelijke variabele bestaat uit de waarden:

- *Wel of geen* verandering in de attractiviteit van het woningaanbod. Attractiviteit van het woningaanbod wordt in dit onderzoek gemeten aan de hand van de ontwikkeling van m²-prijzen van woningen, de tevredenheid over en het belang van de woning- en woonomgevingskenmerken. Een nadere beschrijving van deze kenmerken volgt in deze paragraaf.

De prijs van een woning kan dus een indicator zijn voor de attractiviteit van een woonomgeving. De prijs van een woning wordt onder meer bepaald door de vraag ernaar. Deze vraag wordt beïnvloed door meerdere factoren, die in dit onderzoek woonomgevingskenmerken genoemd worden. Een en ander is schematisch weergegeven in figuur 3.2.



Figuur 3.2 De relatie tussen de woningprijs, de woning en woonomgeving
Bron: Kraan 2006, WBO 2002 eigen bewerking

3.1.1 Woningkenmerken

De analyse van de woningkenmerken is gericht op jaren '60 en '70 wijken. De volgende woningkenmerken worden onderscheiden, deze kenmerken zijn gebaseerd op onderzoek verricht door Bouwfonds Property Development afdeling Market Research:

Kenmerken woning
Indeling woning
Oppervlak/grootte van de woning
Aantal kamers
Onderhoudstaat van de woning
Buitenruimte (tuin, balkon of dak-/ terras)
Centrale verwarming
Isolatie
Parkeren op eigen terrein
Kwaliteit badkamer
Kwaliteit keuken
Algemene tevredenheid woning

Tabel 3.1 Woningkenmerken

Bron: Kraan 2006, WBO 2002 eigen bewerking

3.1.2 Woonomgevingskenmerken

De analyse van de woonomgevingskenmerken zal eveneens gericht zijn op jaren '60 en '70 wijken. Als leidraad is het WBO gebruikt. Hierin wordt het onderwerp woonomgeving uitgebreid onderzocht. In het rapport van het RPB (2006: p28) wordt de woonomgeving opgedeeld naar functionele, fysieke en sociale aspecten. Deze onderverdeling wordt ook in dit onderzoek toegepast. De volgende kenmerken worden gebruikt om de functionele woonomgeving in kaart te brengen.

Kenmerken functionele woonomgeving
Medische voorzieningen
Speelgelegenheid voor kinderen
Basisscholen
Kinderdagverblijf, crèche en/of peuterspeelzaal
Sportfaciliteiten (zoals zwembad of fitness)
Sociaal-culturele voorzieningen (wijk- of buurtvereniging, toneelvereniging, buurthuis, bibliotheek, etc.)
Dichtstbijzijnde winkelcentrum
Hoofdwinkelcentrum
Horecagegelegenheden zoals café, restaurant
Openbare parkeergelegenheid in de buurt van de woning
Bereikbaarheid met openbaar vervoer
Algemene tevredenheid functionele woonomgeving

Tabel 3.2 Functionele woonomgevingskenmerken

Bron: Kraan 2006, WBO 2002 eigen bewerking

De fysieke en sociale woonomgevingskenmerken staan respectievelijk in tabel 3.3 en 3.4.

Kenmerken fysieke woonomgeving
Bereikbaarheid eigen woning
Kwaliteit van de wegen en bestrating
Aantrekkelijkheid bebouwing in de buurt
Groenvoorzieningen
Bekladding van muren en / of gebouwen / rommel op straat
Algemene tevredenheid fysieke woonomgeving

Tabel 3.3 Fysieke woonomgevingskenmerken

Bron: Kraan 2006, WBO 2002 eigen bewerking

Kenmerken sociale woonomgeving
Overlast van verkeer, jongeren, omwonenden in de buurt
Verkeersveiligheid
Veilig voelen in de buurt
Vandalisme (vernielingen van telefooncellen, tram- of bushaltes)
Bevolkingssamenstelling in uw buurt (inkomen, opleiding, etnische samenstelling)
Saamhorigheid / thuis voelen / gezelligheid in de buurt
Algemene tevredenheid sociale woonomgeving

Tabel 3.4 Sociale woonomgevingskenmerken
Bron: Kraan 2006, WBO 2002 eigen bewerking

3.2 Methoden van onderzoek

Dit onderzoek omvat zes verschillende onderzoeksmethodes, namelijk:

1. Literatuurstudie
2. Data-analyse aan de hand van het WBO
3. Veldwerk
4. Surveyonderzoek
5. Analyse van ontwikkeling m²-prijzen van woningen
6. Hedonische prijsmethode door middel van regressie-analyse

3.2.1 Literatuurstudie

Om een beter beeld te krijgen van de woningmarkt in jaren '60 en '70 wijken is een uitgebreid literatuuronderzoek verricht. Hierdoor ontstaat zowel een kwalitatief als kwantitatief beeld van deze markt. Daarnaast zijn de ontwikkelingen in de winkelmarkt aan de hand van literatuuronderzoek in kaart gebracht. Veel van deze algemene ontwikkelingen hebben hun weerslag op de onderzijde van de winkelmarkt. Het betreft hier juist de winkelgebieden in de typische jaren '60 en '70 wijken.

Uiteraard staat het doel, meer inzicht in zowel de woningmarkt als de winkelmarkt te krijgen, niet los van de onderzoeksvraag. Door middel van de geraadpleegde achtergrondinformatie kan gerichter gezocht worden naar antwoordmogelijkheden.

3.2.2 Data-analyse aan de hand van het WBO

Naast literatuurstudie is de database van het WBO 2002 en de database van de vastgoedmonitor van ABF Research (2005) gebruikt om de woningmarkt van jaren '60 en '70 wijken verder in kaart te brengen. Deze twee databases zijn aan elkaar gekoppeld door middel van postcodegebieden.

In de vastgoedmonitor staat een groot aantal gegevens over de Nederlandse woningmarkt. Er is op postcodegebied bekend hoeveel woningen er staan en tot welke bouwjaarklasse deze woningen behoren. Zodoende kan er een lijst samengesteld worden met postcodegebieden die voor meer dan 50% uit jaren '60 en '70 woningen bestaat. De minimale omvang van de geselecteerde postcodegebieden is op 1000 woningen gesteld, waardoor er op wijkniveau geanalyseerd kan worden. Voor jaren '60 wijken gaat het in totaal om 57 postcodegebieden en bij jaren '70 wijken gaat het om 71 postcodegebieden. Deze postcodegebieden kunnen in het WBO teruggezocht worden. Hierdoor zijn alle benodigde gegevens die de woningmarkt typeren in één keer voorhanden.

Hierbij gaat het dus ook om het belang van en de tevredenheid over de woonomgeving. Daarnaast is de verhouding huur/koop en type woningen bekend. Zelfs gegevens over opleiding en inkomen kunnen aan de postcodegebieden gekoppeld worden. Hierdoor ontstaat er eveneens een genuanceerder beeld van de bevolkingssamenstelling.

De totale omvang is groot genoeg om algemene uitspraken te kunnen doen. Om een profielschets van jaren '60 wijken te geven worden 2106 huishoudens geanalyseerd en voor jaren '70 wijken 2772 huishoudens. De resultaten worden procentueel in histogrammen weergegeven. Daardoor kunnen de profielschetsen van jaren '60 en '70 wijken goed vergeleken worden met de gemiddelden voor Nederland als geheel.

3.2.3 Veldwerk

Om een goed beeld te krijgen van de wijken die in het onderzoek als casestudie gebruikt zijn, zijn deze wijken bezocht. Alle wijk- en buurtwinkelcentra zijn geobserveerd evenals de bebouwing in de omgeving. Zodoende berust het onderzoek niet alleen op een cijfermatige weergave van de stand van zaken, maar ook op eigen waarnemingen. Deze methode is zeer bruikbaar om mogelijke ontwikkelingen in de wijk te achterhalen die niet uit de data die voorhanden zijn, gehaald kunnen worden. Een voorbeeld hiervan zijn de nieuwbouwactiviteiten in de wijken. Dit kan in kaart gebracht worden middels een bezoek aan de wijk.

3.2.4 Survey-onderzoek

Het doel van het survey-onderzoek is voornamelijk om informatie in te winnen over de tevredenheid en het belang van winkelcentra in de wijk. Dit zal in de totale context van de woonomgeving mee genomen moeten worden, omdat het belang van het winkelcentrum anders overschat zal worden. Dus een complete inventarisatie van de woning en woonomgeving, zoals weergegeven in paragraaf 3.1, is noodzakelijk. Aan de hand van deze gegevens kan uiteindelijk de relatie tussen het winkelaanbod en de attractiviteit van het woningaanbod dieper geanalyseerd worden. De informatie wordt ingewonnen door middel van telefonische enquêtes.

Daarna kan er dieper ingegaan worden op het specifieke woonomgevingskenmerk 'winkelaanbod'. Welke beperkingen hebben de winkelcentra? Wat zijn de wensen van de bewoners? Met deze informatie wordt duidelijk of er een mismatch bestaat tussen vraag en aanbod. Wanneer deze situatie zich in een ernstige vorm voordoet, dan betekent dit dat er op termijn actie ondernomen moet worden. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van herstructurering van winkelcentra.

Wanneer het gaat om wijken en bijbehorende winkelstructuren dan mag het duidelijk zijn dat het om specifieke locatie-afhankelijke gevallen gaat. De mogelijkheden van herontwikkeling zijn dan ook per locatie verschillend. Daarom verdient het de voorkeur om met een select aantal cases te werken. Het gaat de scope van het onderzoek ver te boven om landelijke algemeen geldende uitspraken te kunnen doen. Daarom zullen de bewoners van een selectie van wijken de populatie van het surveyonderzoek vormen. Het onderzoek is daarom niet generaliseerbaar voor Nederland als geheel.

In het onderzoek wordt onderscheid gemaakt naar twee cases waarin het hoofdwinkelcentrum zich nog in originele staat bevindt en twee cases waar het hoofdwinkelcentrum recentelijk geherstructureerd is. Door deze onderverdeling kan er een voor- en na vergelijking gemaakt worden. De onderlinge verschillen kunnen mogelijktoetswijze toegeschreven worden aan het feit dat het hoofdwinkelcentrum opgeknapt/ aangepakt is. De cases zullen elk individueel in een apart hoofdstuk behandeld worden, zie hoofdstuk 4.

De verwachtingen zijn reeds beschreven in paragraaf 2.4 Hierop teruggekomen, kan gesteld worden dat de gevolgen van herstructurering zich laten raden. Het winkelcentrum als woonomgevingskenmerk wordt mogelijk hoger gewaardeerd. Het belang van het winkelcentrum in de totale woonomgeving wordt eveneens groter. En daarmee beïnvloedt het dus indirect de woningvraag, de woningprijs en de attractiviteit van het woningaanbod. Daarmee is de kring weer rond. Interessant is het om in kaart te brengen

wat er aan het winkelaanbod moet gebeuren om de bovenstaande kettingreactie in gang te zetten. Hiervoor is survey-onderzoek een uitermate geschikte methode.

3.2.5 Analyse van ontwikkeling m²-prijzen van woningen

Om aan te tonen of het revitaliseren van winkelcentra een effect heeft op de waarde van de woningen in die omgeving, wordt gekeken hoe de woningprijzen zich door de jaren heen ontwikkeld hebben. Hiervoor zijn de gemiddelde m²-prijzen voor woningen van de afgelopen tien jaar opgevraagd bij de NVM. Om de mogelijke effecten van een opgeknapt winkelcentrum in de gemiddelde m²-prijs te meten is geselecteerd op postcodegebied. Er is een selectie van postcodegebieden gemaakt die rondom de winkelcentra van de vier cases liggen. Door de ontwikkeling van de gemiddelde m²-prijzen van deze gebieden te vergelijken met de ontwikkeling van gemiddelde m²-prijzen van de desbetreffende gemeente kan achterhaald worden of in het jaar dat het winkelcentrum is opgeknapt een buitensporige waardeverhoging is opgetreden in de geselecteerde postcodegebieden. De NVM heeft in de gemeenten Rijswijk en Den Haag een marktaandeel van 74%, in Tilburg 70% en in Rotterdam 56%. De cijfers van de NVM kunnen daarom als representatief worden gezien voor de prijsontwikkeling van de gehele stad.

Naar verwachting zal er zich een opvallende prijsstijging voordoen in de geselecteerde postcodegebieden waar het winkelcentrum is opgeknapt. Hierbij valt nog een onderscheid te maken naar nabijheid van het winkelcentrum. Postcodegebieden die dichterbij het winkelcentrum liggen, zouden theoretisch gezien het meest moeten profiteren van de revitalisatie van het winkelcentrum. Dit betekent feitelijk dat dichterbij gelegen postcodegebieden een hogere prijsstijging zouden moeten laten zien dan verder weg gelegen postcodegebieden.

Daarbij moet wel gesteld worden dat er uiteraard meerdere invloeden zijn die de gemiddelde m²-prijs van woningen in een postcodegebied kunnen beïnvloeden. Hierbij valt te denken aan het gereed komen van nieuwbouwwoningen, verbeterd openbaar vervoer, vernieuwing van het straatmeubilair of andere invloeden van vergelijkbare aard. In de twee cases waar het winkelcentrum niet is opgeknapt is de verwachting dat de prijsontwikkeling van de daar geselecteerde postcodegebieden overeenkomt met het gemeentelijke gemiddelde.

3.2.6 De hedonische prijsmethode

Wanneer de gewenste data binnen zijn, kan er een analyse plaats vinden. Hiervoor wordt de hedonische prijsmethode gebruikt. De hedonische prijsmethode heeft als uitgangspunt dat een onroerend goed op te vatten is als een bundeling van kenmerken en dat voor elk kenmerk een impliciete waardering bestaat. De prijs van een onroerend goed is het resultaat van de som van de prijzen van alle kenmerken van het onroerend goed, hoewel de meeste kenmerken zelden rechtstreeks in aanmerking komen bij eigendomstransacties. De prijs die een koper voor een goed betaalt, geldt niet alleen voor de eigenlijke waarde van het goed op zich, maar weerspiegelt tevens de waardering van ondermeer de verschillende ligging-, buurt-, omgeving- en milieukenmerken.

Het RPB (2006: p120) heeft deze methode toegepast om de woningprijs te verklaren aan de hand van omgevingskenmerken en de woningkenmerken. Er kan op indirecte wijze de waarde van een goed geschat worden.

Een voordeel van de hedonische prijsmethode is de betrouwbaarheid ervan. De analyses kunnen gecontroleerd worden en zijn herhaalbaar. De uitkomsten zijn gebaseerd op harde data. De hedonische prijsmethode wordt veelal gebaseerd op basis van een regressie-analyse. Een aantal voorwaarden worden gesteld aan het gebruik hiervan (RPB, 2006: p124). Voor nadere uitleg wordt verwezen naar bijlage 3.0.

De beste resultaten worden behaald met een meervoudige regressie-analyse. Daarbij wordt het verband onderzocht tussen een onafhankelijke x , de tevredenheid over de omgevingsvariabelen, en een afhankelijke y , de algemene woontevredenheid. De meervoudige regressie-analyse maakt de relatie tussen de variabele x en y inzichtelijk. Er is gebruikt gemaakt van een meervoudige regressie-analyse omdat er meerdere onafhankelijke variabelen in het model gebruikt worden. Na deze analyse kan de woning-/huurprijs gekoppeld worden aan de algemene woontevredenheid. Zodoende wordt het onderliggende verband inzichtelijk.

3.3 Onderzoeksmateriaal

Het onderzoeksmateriaal bestaat uit de vier steden: Rotterdam, Tilburg, Den Haag en Rijswijk. Deze steden hebben alle een omvangrijke jaren '60 – '70 wijk met een groot wijkwinkelcentrum. De geselecteerde wijken in Tilburg, Rijswijk en Den Haag beschikken daarnaast nog over kleinere buurt- en wijkwinkelcentra. Er is onderscheid gemaakt naar twee cases waar het hoofdwijkwinkelcentrum is opgeknapt en twee cases waar het hoofdwijkwinkelcentrum niet is opgeknapt. In Tilburg en Rotterdam zijn de winkelcentra nog in originele staat en in Rijswijk en Den Haag is het winkelcentrum recentelijk opgeknapt (respectievelijk 2000 en 2001). In het volgende hoofdstuk worden deze vier cases nader beschreven.

3.4 Betrouwbaarheid en validiteit

De betrouwbaarheid van het onderzoek wordt vergroot door het gebruik van kwantitatieve informatie. Het gebruik van de databases van het WBO, Locatus en de hedonische prijsmethode maken het mogelijk om uitgevoerde metingen te herhalen. Dit maakt het onderzoek betrouwbaar, omdat herhaalde metingen dezelfde resultaten zullen opleveren.

Wat betreft de validiteit van het onderzoek, kan gezegd worden dat er gemeten wordt wat beoogd is te meten. Het zorgvuldig opstellen van een enquête leidt tot een gerichte concrete vraagstelling die resulteert in aangeleverde data waarmee gewerkt kan worden zoals voorzien werd.

Hoofdstuk 4 Beschrijving Cases

Inleiding

De methodiek is bekend en zal worden toegepast op het onderzoeksmateriaal. Dat bestaat uit vier cases, die in dit hoofdstuk toegelicht worden. Er wordt een profiel van de cases geschetst op het gebied van wonen en winkelen. Dit gebeurt aan de hand van verschillende kenmerken.

4.1 Selectiecriteria cases

Er zijn vier cases geselecteerd bestaande uit meerdere buurten. De wijken waar onderscheid in gemaakt is, zijn gebaseerd op de onderverdeling die het CBS hanteert. De cases zijn geselecteerd op de volgende criteria:

- De cases bestaan voor meer dan 50% uit na-oorlogse woningen.
- De stedenbouwkundige structuur is voor alle cases vergelijkbaar. In jaren '60 en '70 wijken is vooral de stempelstructuur erg herkenbaar, zoals bij de vier cases ook het geval is.
- De cases omvatten meerdere wijken, deze beschikken elk over een eigen winkelcentrum. Fijnmazigheid van het winkelcentrum is een pré.
- Elke case heeft een eigen hoofdwinkelcentrum.
- Twee cases bevatten een hoofdwinkelcentrum dat nog in originele staat is.
- Twee cases bevatten een hoofdwinkelcentrum dat recentelijk gerenoveerd is, hierbij is de term gerenoveerd gebaseerd op hetgeen de NRW onder renovatie verstaat.
- Soortgelijke wijkkenmerken zoals verhouding huur/koop, leeftijdsopbouw, inkomen en bevolkingssamenstelling.
- Bij de selectie heeft mede een rol gespeeld dat Bouwfonds daar actief is.

Naast de selectiecriteria zijn op basis van gesprekken met medewerkers op de regiokantoren van Bouwfonds, een aantal gebieden aan het licht gekomen waar Bouwfonds actief is. Deze gebieden voldoen aan de gestelde criteria. Uiteraard is het niet mogelijk om vier identieke wijken te selecteren, toch is op basis van de gesprekken en criteria een selectie tot stand gekomen die veel gemeenschappelijke kenmerken deelt. In deze selectie is een onderscheid gemaakt naar twee cases waarin het winkelcentrum is opgeknapt, de te evalueren cases Rijswijk en Den Haag en twee referentiecasses Tilburg en Rotterdam, waarin het winkelcentrum niet is opgeknapt.

4.2 Case Rotterdam



Lowbudget winkels 'Zevenkamp'



Extra speelvoorzieningen 'Zevenkamp'



Wonen aan het water in Zevenkamp



Goedkope kleine woningen

4.2.1 Profiel van de wijk

In het Noordoosten van Rotterdam ligt de wijk Zevenkamp, deze wijk stamt uit de jaren '60 en '70. De wijk is gelegen aan de A20 en nabij het tracé van de HSL. Ten noorden van Zevenkamp bevindt zich een groot recreatiegebied genaamd de Zevenhuizerplas. Het westen van Zevenkamp is begrensd door het Bontebalpad. Ten Noorden en Oosten van Zevenkamp liggen meerdere uitbreidingsgebieden.

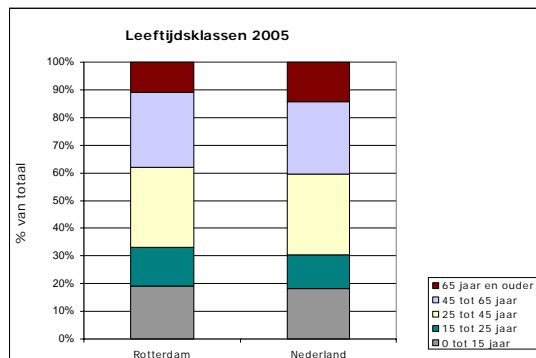
Het CBS maakt in de wijk Zevenkamp geen onderscheid in buurten. Dus Zevenkamp is de enige wijk c.q. buurt voor deze case.

Naam buurt	Aantal inwoners	Aantal woningen	Inwoners/km ² (2005)
Zevenkamp	17530	7170	8077

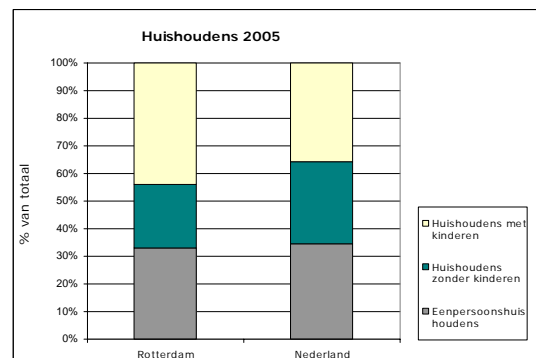
Tabel 4.1 Selectie Rotterdam

Bron: CBS, 2004

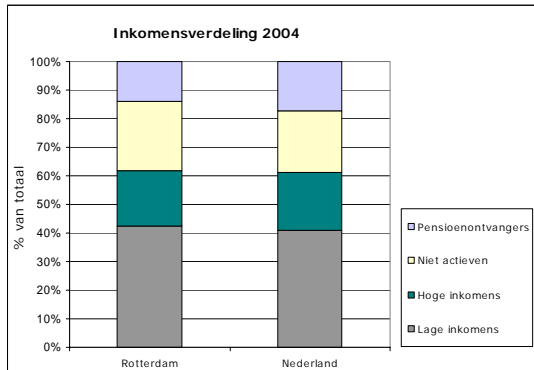
De wijk Zevenkamp wordt gekenmerkt door een hoog aandeel huurwoningen, 67%. Zevenkamp is een jonge wijk, met het hoogste aandeel inwoners in de jongste leeftijdsklassen, zie figuur 4.1. De gemiddelde leeftijdsklasse is ook sterk vertegenwoordigd. De oudere leeftijdsgroepen komen in Zevenkamp minder voor dan bij het landelijke gemiddelde. De huishoudenverdeling wordt gedomineerd door huishoudens met kinderen. Maar liefst 44% van de huishoudens heeft kinderen, dit ligt boven het landelijke gemiddelde van 36%, zie figuur 4.2. De gemiddelde huishoudensgrote van 2,3 is gelijk aan het landelijke cijfer. Zevenkamp is qua culturele samenstelling een gemiddelde wijk, 33% is allochtoon. Zevenkamp kent een laag percentage gepensioneerden. Het aandeel lagere inkomensgroepen, 40% is gelijk aan het Nederlandse gemiddelde. Het percentage hogere inkomens ligt er net onder, figuur 4.3.



Figuur 4.1 Verdeling naar leeftijdsklassen
Bron: CBS, 2005



Figuur 4.2 Verdeling naar huishoudentypen
Bron: CBS, 2005



Figuur 4.3 Verdeling naar inkomen
Bron: CBS, 2004

4.2.2 Winkelaanbod

De wijk Zevenkamp beschikt over een centraal gelegen winkelgebied genaamd 'Zevenkamp'. In 1984 is het winkelcentrum opgeleverd. In figuur 4.4 staat de kaart van Zevenkamp te Rotterdam met daarin de geselecteerde buurt en het hoofdwinkelcentrum.

Winkelcentrum	VKP	WVO	Dagelijks %	Niet-Dagelijks %	Leegstand %	Filialisering %
Zevenkamp	46	4189	52	48	0	75

Tabel 4.2 Winkelcentrum 'Zevenkamp' Rotterdam Zevenkamp, percentages zijn van het WVO
Bron: Locatus, 2006b



Figuur 4.4 Plattegrond Rotterdam Zevenkamp en winkelcentrum
Bron: CBS, Locatus 2006b eigen bewerking

4.3 Case Tilburg



Hoogbouw Tilburg-Noord



Laagbouw Tilburg-Noord



Ingang 'Wagnerplein'



Verouderd interieur 'Wagnerplein'

4.3.1 Profiel van de wijk

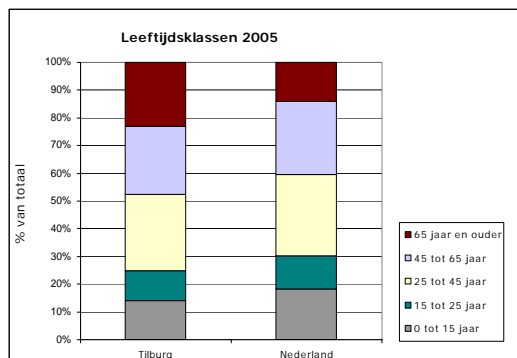
Het Noorden van Tilburg vormt een geïsoleerd gedeelte van de stad Tilburg. De wijk Tilburg-Noord heeft eveneens duidelijke fysieke grenzen zoals, de N261 die de wijk in het westen en noorden ontsluit. De oostelijke grens wordt gevormd door het Quirijnstokpark. Ten zuiden van de wijk ligt het Wilhelminakanaal. Tilburg-Noord is opgedeeld in vijf buurten. Drie van deze buurten worden in het onderzoek meegenomen te weten:

Naam buurt	Aantal inwoners	Aantal woningen	Inwoners/km ² (2005)
Stokhasselt	7340	2910	5691
Vlashof	4670	1865	7912
De Schans	3970	1720	5291
Totaal	15980	6495	6298

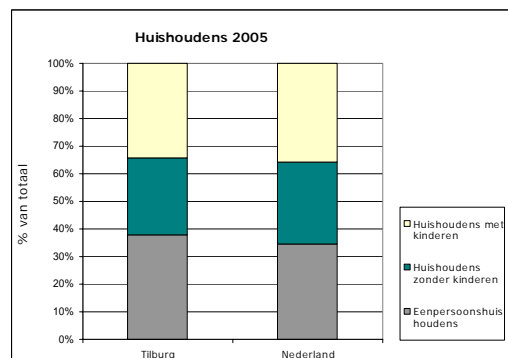
Tabel 4.3 Selectie Tilburg-Noord

Bron: CBS, 2004

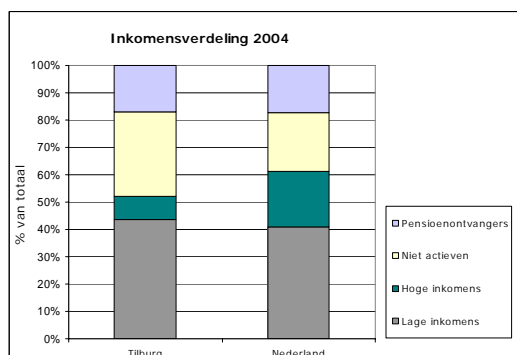
In Tilburg-Noord zijn typische jaren '60-'70 buurten met een hoog aandeel huurwoningen, zo'n 68%. De leeftijdsopbouw wordt getypeerd door een hoog aandeel 65-plussers, bijna een kwart van de inwoners is 65 jaar of ouder (zie figuur 4.5). Qua huishoudensamenstelling komt Tilburg overeen met het landelijke beeld (zie figuur 4.6), al is het aandeel eenpersoonshuishoudens iets hoger. Dit verklaart waarom de gemiddelde huishoudengroote van 2,0 lager is dan het landelijke cijfer van 2,3. Tilburg-Noord is een qua culturele samenstelling een opvallende wijk, het aandeel allochtonen ligt er rond de 43% in 2005. Ruim twee keer zo hoog als het landelijke gemiddelde. De inkomensverdeling, zie figuur 4.7, bevat het hoogste percentage lage inkomens van de vier cases. Hogere inkomens hebben een laag aandeel van 10%. Het percentage niet-actieven is in 2004 hoog, namelijk 34%, terwijl dit landelijk rond de 21% ligt.



Figuur 4.5 Verdeling naar leeftijdsklassen
Bron: CBS, 2005



Figuur 4.6 Verdeling naar huishoudentypen
Bron: CBS, 2005



Figuur 4.7 Verdeling naar inkomen
Bron: CBS, 2004

4.3.2 Winkelaanbod

De geselecteerde buurten hebben een beperkt winkelaanbod. Twee van de drie winkelgebieden worden in het onderzoek meegenomen. Ondanks de periode waarin de wijk gebouwd is, is de winkelstructuur beduidend minder fijnmazig dan in de overige cases. Hieronder een overzicht van kenmerken van deze winkelcentra te zien. Het hoofdwinkelcentrum heet het 'Wagnerplein', dit overdekte winkelcentrum is in 1973 geopend. Bouwfonds heeft plannen ontwikkeld om in 2007 te starten met een grootschalige uitbreiding c.q. herontwikkeling van het winkelgebied.

Winkelcentrum	VKP	WVO	Dagelijks %	Niet-Dagelijks %	Leegstand %	Filialisering %
Verdiplein	14	2296	50	0	50	33
Wagnerplein	54	7304	63	37	0	75

Tabel 4.4 Overzicht winkelcentra Tilburg-Noord, percentages zijn van het WVO
Bron: Locatus, 2006b

De kaart van Tilburg-Noord met de wijken en de verschillende winkelcentra.



Figuur 4.8 Plattegrond met selectie buurten Tilburg en winkelcentra
Bron: CBS, Locatus 2006b eigen bewerking

4.4 Case Den Haag



Nieuwbouw naast bestaande bouw



Nieuwbouw achter de 'Leyweg'



Ingang winkelcentrum 'Leyweg'



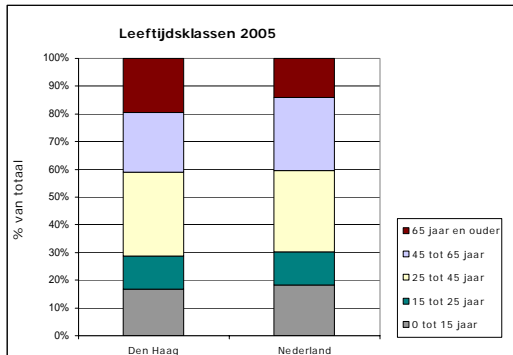
Typerende bebouwing langs winkelcentrum

4.4.1 Profiel van de wijk

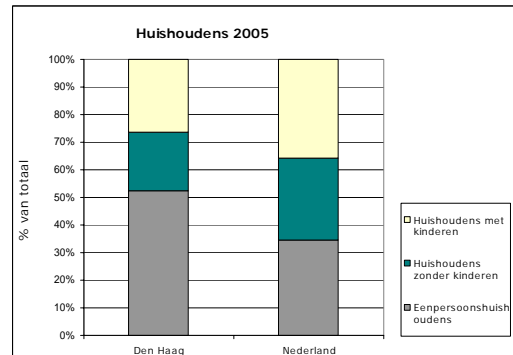
Een aantal delen van Den Haag, waaronder Den Haag zuidwest, is in de jaren '60-'70 gebouwd. De fysieke grenzen van Den Haag zuidwest worden gekenmerkt door een bedrijventerrein in het noorden en het zuiden, Het Zuiderpark aan de oostzijde en landelijk gebied aan de westzijde. Andere duidelijke grenzen zijn de Troelstrakade en de spoorlijn Den Haag-Rotterdam in het zuidoosten. De volgende buurten zijn geselecteerd.

Naam buurt	Aantal inwoners	Aantal woningen	Bevolkingsdichtheid (2005)
Venen Oorden en Raden	8400	3565	11203
Dreven en Gaarden	8560	4005	8916
Morgenstond-Zuid	5530	3005	11521
Morgenstond-West	5610	3870	9052
Moerwijk-Oost	2690	1630	7900
Moerwijk-West	6070	3045	11237
Totaal	36860	19120	9972

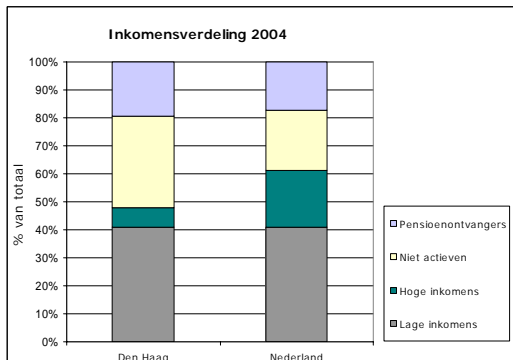
Tabel 4.5 Selectie Den Haag Zuidwest
Bron: CBS, 2004



Figuur 4.9 Verdeling naar leeftijdsklassen
Bron: CBS, 2005



Figuur 4.10 Verdeling naar huishoudentypen
Bron: CBS, 2005



Figuur 4.11 Verdeling naar inkomen
Bron: CBS, 2004

De buurten in Den Haag spannen qua verhouding huur/koop de kroon. Maar liefst 92% van de woningen bestaat uit huurwoningen. Wat een magere 8% over laat voor koopwoningen. De bevolking wordt gekenmerkt door een vrij jonge leeftijdsopbouw. Ongeveer 30% van de inwoners is tussen de 25 en 45 jaar oud, zie figuur 4.9. Het aandeel ouderen ligt zo'n 5% boven het landelijke gemiddelde. Meer dan de helft (53%) van de huishoudens bestaat uit 1 persoon, zie figuur 4.10. De gemiddelde huishoudengrootte is net als Rijswijk 1,8. Dit is 0,5 persoon minder dan het landelijke gemiddelde.

Opvallend is het hoge aandeel allochtonen in de buurten. Gemiddeld is maar liefst 53% van de inwoners van allochtone herkomst. Dit is bijna drie keer zo hoog als het landelijke

gemiddelde. De inkomensverdeling, zie figuur 4.11, is mede hierdoor vrij eenzijdig. Vooral de lagere inkomensklassen domineren met 46%. Hogere inkomens zijn er vrijwel niet aanwezig, slechts 8%. Vooral het hoge aandeel niet-actieven valt op, zo'n 37%. Volgens het CBS is slechts 54% van inwoners in de leeftijdsklasse 15-64 jaar werkzaam. Het aandeel uitkeringsontvangers is hierdoor (30% in 2004) bijna twee keer zo hoog, als het landelijke gemiddelde.

4.4.2 Winkelaanbod

De selectie buurten omvat een uitgestrekt gebied met maar liefst 9 winkelcentra waarvan er acht in het onderzoek meegenomen worden. Ook hier is de fijnmazigheid van de winkelstructuur kenmerkend voor de tijd waarin de wijk gebouwd is. Het hoofdwinkelcentrum genaamd 'Leyweg' is in 1973 opgeleverd en de laatste renovatie vond plaats in 2001. In tabel 4.6 is een overzicht van kenmerken van de verschillende winkelcentra te zien.

Winkelcentrum	VKP	WVO	Dagelijks %	Niet-Dagelijks %	Leegstand %	Filialisering %
De Stede	35	7325	60	33	7	75
Ambachtsgaarde	25	2144	41	6	53	29
Leyweg	175	32012	25	61	14	75
Zuidlarenstraat	15	311	42	18	40	0
Almeloplein	39	2696	43	57	0	25
Betje Wolfstraat	41	2982	61	39	0	58
Jan Luykenstraat	34	984	27	61	12	0
Heeswijkplein	21	1287	85	11	4	58

Tabel 4.6 Overzicht winkelcentra Den Haag Zuidwest, percentages zijn van het WVO
Bron: Locatus, 2006b

In figuur 4.12 staat de kaart met Den Haag Zuidwest met de geselecteerde wijken en de ligging van de verschillende winkelcentra.



Figuur 4.12 Plattegrond met selectie buurten Den Haag en winkelcentra
Bron: CBS, Locatus 2006b eigen bewerking

4.5 Case Rijswijk



Monotone bouwstijl



Eerste generatie eengezinswoningen



Nieuwe passage 'In de Bogaard'



De vroegere winkelstrip

4.5.1 Profiel van de wijk

Rijswijk is een gemeente ten zuidwesten van de stad Den Haag. De zuidelijke grens van Rijswijk wordt gevormd door de A4. Het noorden en westen van de selectie wijken wordt gescheiden door open gebied en de parken Overvoorde en Steenvoorde.

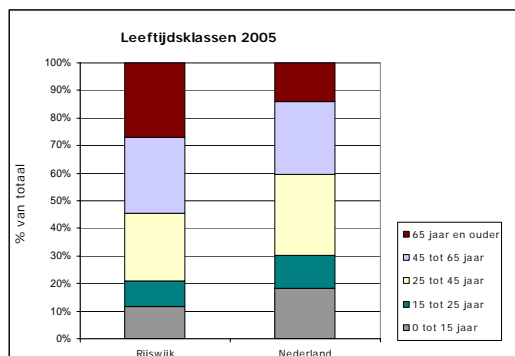
De volgende buurten zijn de geselecteerde jaren '60 en '70 buurten.

Naam buurt	Aantal inwoners	Aantal woningen	Bevolkingsdichtheid (2005)
Stationskwartier	610	435	4350
Artiestenbuurt	1960	1195	7274
Ministerbuurt	2920	1580	6357
Stervoorde	6100	3120	9995
Muziekbuurt	4120	2135	7768
Totaal	15710	8465	7149

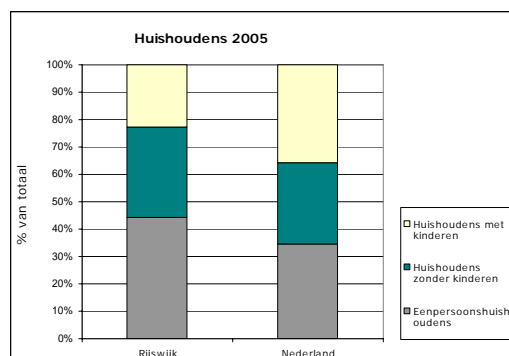
Tabel 4.7 Selectie Rijswijk

Bron: CBS, 2004

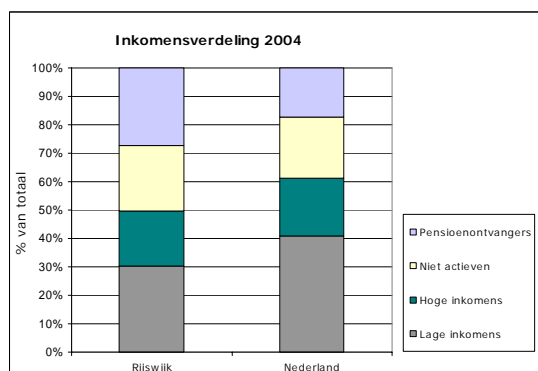
Maar liefst 70% van de woningen bestaat uit huurwoningen. Wat 30% overlaat voor koopwoningen. De bevolking wordt gedomineerd door oudere leeftijdsklassen. Ruim 27% van de inwoners is 65 jaar of ouder, zie figuur 4.13. De wijk wordt gekenmerkt door een hoog aandeel eenpersoonshuishoudens. Bijna 45% van de huishoudens bestaat uit 1 persoon (figuur 4.14). De gemiddelde huishoudengrootte ligt in 2005 daarom ook eens stuk lager dan het landelijke gemiddelde. In Rijswijk ligt het rond de 1,8 en het landelijke gemiddelde rond de 2,3. Het aandeel allochtonen in de wijk ligt rond de 30%, zo'n 10% hoger dan het landelijke gemiddelde.



Figuur 4.13 Verdeling naar leeftijdsklassen
Bron: CBS, 2005



Figuur 4.14 Verdeling naar huishoudentypen
Bron: CBS, 2005



Figuur 4.15 Verdeling naar inkomen
Bron: CBS, 2004

De inkomensverdeling in Rijswijk, zie figuur 4.15, wijkt af van die van de andere cases. Vooral het hoge aandeel pensioenontvangers valt op, 31%. De lagere inkomens zijn de grootste inkomensgroep met een aandeel van 35%. De hogere inkomensgroep heeft een aandeel van 22%, dat zelfs iets boven het landelijke gemiddelde ligt. Volgens het CBS is 64% van inwoners in de leeftijdsklasse 15-64 jaar werkzaam. Het aandeel uitkeringsontvangers ligt in 2004 4% boven het landelijke gemiddelde rond de 20%.

4.5.2 Winkelaanbod

Rijswijk is een wijk met een typische jaren '60-'70 detailhandelstructuur. De fijnmazigheid uit zich in een vijftal winkelcentra met elk een verschillende omvang. Het hoofdwinkelcentrum 'In de Bogaard' stamt oorspronkelijk uit 1963 en is in 2000 voor het laatst gerenoveerd. Tabel 4.8 vermeldt de verschillende kenmerken van de winkelcentra.

Winkelcentrum	VKP	WVO	Dagelijks %	Niet-Dagelijks %	Leegstand %	Filialisering %
Huis te Landelaan	20	2.632	64	25	11	55
In de bogaard	213	56.623	15	80	5	75
Prinses Irenelaan	22	1.958	81	19	0	75
Henri Dunantlaan	15	657	31	59	10	49
Waldhoornplein	13	640	97	3	0	64

Tabel 4.8 Overzicht winkelcentra Rijswijk, percentages zijn van het WVO
Bron: Locatus, 2006b

In figuur 4.16 staat de kaart van Rijswijk met de geselecteerde wijken en de ligging van de verschillende winkelcentra.



Figuur 4.16 Plattegrond met selectie buurten Rijswijk en winkelcentra
Bron: CBS, Locatus 2006b eigen bewerking

Hoofdstuk 5 Woningmarkt van jaren '60 en '70 wijken

Inleiding

In het volgende hoofdstuk zal het woonsegment in de breedste zin van het woord aan de orde komen. Het stedelijke woonmilieu staat voor een grote uitdaging. Elke dag valt er in de krant wel iets te lezen over onveiligheid, verkeersproblemen, etnische spanningen en onleefbare wijken. Het is algemeen bekend dat in sommige wijken het aanbod niet meer op de vraag aansluit (Duijvestijn e.a. 2006: p83). Daarom zal zowel de vraagzijde als de aanbodzijde van de woningmarkt in jaren '60 en '70 wijken uitgebreid onder de loep genomen worden. Als eerste komt het ontstaan van jaren '60 en '70 wijken aan de orde. Daarna zal de problematiek van deze wijken besproken worden. Dit gebeurt aan de hand van een analyse van zowel de vraagzijde als de aanbodzijde van de woningmarkt. Tot slot volgt er een korte beschrijving van de kansen, waaronder herstructurering, van de woningmarkt en een samenvatting van het hoofdstuk.

5.1 Kenmerken Nederlandse woningvoorraad

In deze paragraaf wordt in de Nederlandse woningvoorraad onderscheid gemaakt naar vijf kenmerken. Namelijk: verhouding huur en koop, spreiding, woonmilieu, woningtype en bouwjaar. Deze kenmerken zullen kort beschreven worden. Aan de hand hiervan kan in kaart gebracht worden wat jaren '60 en '70 wijken zijn en ze zo typerend maakt.

Verhouding huur en koop

Wanneer er gekeken wordt naar de Nederlandse woningvoorraad dan valt, zeker in Europees perspectief, het extreem hoge aandeel huurwoningen op. Het gemiddelde percentage huurwoningen in Nederland momenteel 45% en het aandeel koop 55% (VROM, 2006b: p39). Tegenwoordig wordt de koopwoning hooggewaardeerd door de Nederlandse woonconsument. De verhouding in VINEX-locaties is in 2000 zelfs 70% koop tegenover 30% huur (VROM, 2002b).

Spreiding

Een tweede onderscheid is spreiding. De mate van spreiding (lees verstedelijking) is zeker kenmerkend voor de Nederlandse woningvoorraad, zie figuur 5.1. Maar liefst 48% van de woningen is te vinden in de Randstad. En 15% van de Nederlandse woningvoorraad is gebouwd in de 4 grote steden.

	4 grote steden	> 100.000	50-100.000	30-50.000	< 30.000	Nederland
noord	0,0%	15,7%	13,5%	20,9%	50,0%	12,2%
oost	0,0%	30,0%	8,8%	18,6%	42,5%	17,0%
randstad	30,8%	13,3%	18,1%	9,5%	28,2%	47,9%
zuid	0,0%	23,0%	16,0%	21,9%	39,1%	22,9%
Nederland	14,8%	18,7%	15,5%	15,3%	35,8%	100,0%

Figuur 5.1 Landelijke spreiding van de woningvoorraad
Bron: VROM, 2003

Woonmilieu

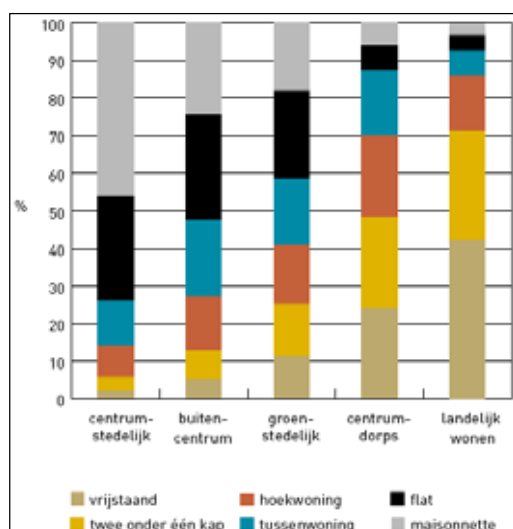
Een ander onderscheid kan gemaakt worden naar type woonmilieu. Het ministerie van VROM heeft met het verschijnen van de Nota "Mensen, Wensen, Wonen" de Nederlandse woningmarkt opgedeeld in vijf typen woonmilieus namelijk:

- centrum-stedelijk
- buiten-centrum
- groen-stedelijk
- centrum-dorps
- landelijk wonen

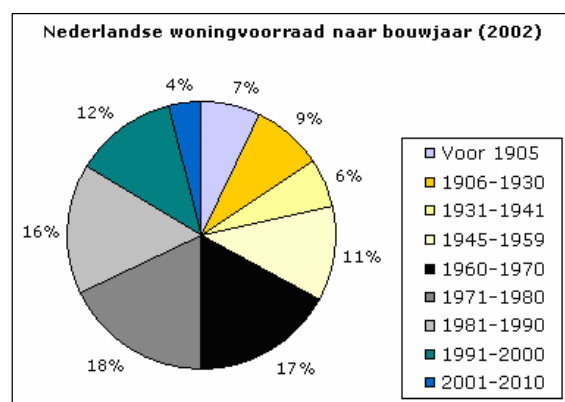
De jaren '60 en '70 wijken, waar dit onderzoek zich op focust, vallen onder het woonmilieu buiten-centrum. Het wordt namelijk gekenmerkt door: een gemiddelde dichtheid, de nadruk op één functie (functiescheiding) en de nabijheid van een beperkt aantal specifieke functies. Naoorlogse etagebouw en naoorlogse laagbouwoningen vallen onder dit type woonmilieu (VROM, 2000b: p19). Het gaat in essentie om de stadswijk, veelal gebouwd tussen 1960 en 1980.

Woningtype

Het vierde onderscheid kan gemaakt worden naar woningtype. Het woningtype hangt nauw samen met het woonmilieu, zie figuur 5.2. Zo is het aandeel flats duidelijk hoger in de stedelijke milieus. En omgekeerd wordt het aandeel vrijstaande woningen groter naar mate het woonmilieu meer richting landelijk wonen gaat.



Figuur 5.2 Verdeling voorraad in woningtypen naar gemeentegrootte
Bron: VROM, 2003



Figuur 5.3 Nederlandse woningvoorraad naar bouwjaar
Bron: Vastgoedmonitor 2002 eigen bewerking.

Bouwjaar

Het laatste onderscheid in de woningvoorraad is naar bouwjaarklasse. Opvallend is hier het grote aantal jaren '60 en '70 woningen, zie figuur 5.3. Maar liefst 35% van de Nederlandse woningvoorraad stamt uit de jaren '60 en '70. Het betreft ruim 2,3 miljoen woningen. Oftewel 1,1 miljoen woningen in jaren '60 wijken (17%) en 1,2 miljoen woningen in jaren '70 wijken (18%).

Nu de Nederlandse woningmarkt grof in kaart is gebracht kan specifiek gekeken worden naar de situatie van de jaren '60 en '70 wijken. Opvallende zaken die in contrast staan met het Nederlandse beeld zullen besproken worden. Maar eerst zal in een vogelvlucht het ontstaan van deze wijken beschreven worden.

5.2 Ontstaan van jaren '60 en '70 wijken

Na de oorlog stond Nederland in het teken van de wederopbouw. Met name het industriële apparaat kreeg hierbij prioriteit. Hierdoor kwam de volkshuisvesting in de schaduw te staan. Het woningtekort werd ernstig onderschat (Ekkers, 2002: p63). Om dit probleem op te lossen moest er flink gebouwd worden. Met behulp van systeembouw konden de wijken in snel tempo gebouwd worden. Kenmerkend is dat de wijken vooral uit goedkope kleinschalige huurwoningen bestonden. Hierdoor konden binnen het gegeven bouwvolume zoveel mogelijk huizen gebouwd worden. Er moest per slot van rekening zo snel mogelijk een einde gemaakt worden aan het woningtekort. Het belang

van kwantiteit stond dan ook ver boven het belang van kwaliteit. Veel vroegnaoorlogse flats werden uitgerust met een eenvoudige keuken en badkamer. Er werd niet hoger gebouwd dan vier woonlagen, zodat er geen lift geplaatst hoefde te worden. Van goede warmte- en geluidsisolatie was ook al geen sprake. Een groot deel van deze woningen voldoet dan ook niet meer aan de eisen van deze tijd. Veel voorkomende bouwtechnische problemen zijn: kleinschaligheid, gehorigheid, tocht en lekkage. Naast bouwtechnische tekortkomingen en de uitrusting van de woningen laat de kwaliteit van de omgeving ook te wensen over (Reinsma, 2000: p7).

5.3 Oorzaken problematiek

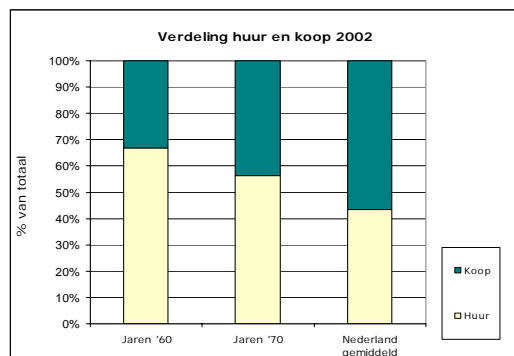
De beschrijving van het ontstaan van jaren '60 en '70 wijken geeft al aan dat de vraag- en aanbodzijde van de woningmarkt niet goed op elkaar afgestemd zijn. De oorzaken van de problematiek op de woningmarkt in jaren '60 en '70 wijken worden onderverdeeld naar oorzaken in zowel de aanbod- als vraagzijde.

5.3.1 Oorzaken aanbodzijde

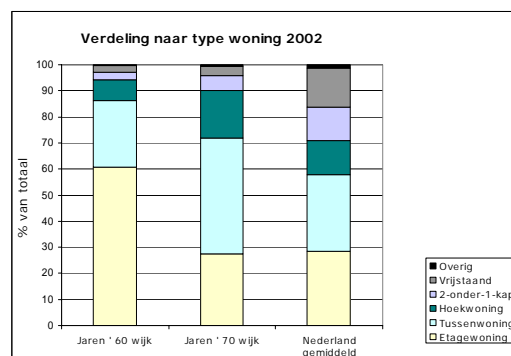
De problematiek met betrekking tot het woningaanbod wordt deels beschreven aan de hand van gegevens uit het WBO (Woning Behoeft Onderzoek 2002). Dit onderzoek is door het Ministerie van VROM uitgevoerd met als doel inzicht te krijgen over hoe men in Nederland woont. En nog belangrijker hoe men in Nederland wil wonen (VROM, 2002a). Het WBO 2002 bestaat uit een uitgebreide database waarin allerlei gegevens staan over de woonsituatie en het woongedrag van maar liefst 60.000 huishoudens. In het hoofdstuk methodiek staat beschreven hoe de selectie van postcodegebieden heeft plaatsgevonden. Deze postcodegebieden representeren jaren '60 en '70 wijken in het algemeen. Middels deze selectie kunnen jaren '60 en '70 wijken vergeleken worden met het Nederlandse gemiddelde. Hieronder worden de meest kenmerkende aspecten van de problematiek aan de aanbodzijde beschreven.

Eenzijdig woningaanbod

Veel jaren '60 en '70 wijken hebben een eenzijdig woningaanbod. Dit wordt zichtbaar gemaakt aan de hand van het type woningen en de eigendomsverhouding. Veelal is er een (te) hoog aandeel huurwoningen en een (te) klein aanbod koopwoningen. Figuur 5.4 geeft verschillende percentages weer van het aandeel koopwoningen naar wijktype en voor het gemiddelde in Nederland. Opvallend is het relatief hoge percentage huurwoningen in jaren '60 wijken. Bijna 70% van de woningen is daar bestemd voor verhuur. Jaren '70 wijken nemen een midden positie in met 56%.



Figuur 5.4 Verdeling huur en koop
Bron: WBO 2002

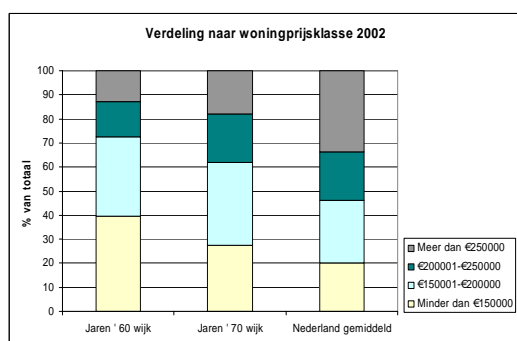


Figuur 5.5 Verdeling naar type woning
Bron: WBO 2002

Niet alleen de eigendomsverhouding is kenmerkend voor het eenzijdige woningaanbod. Ook de verdeling naar woningtype is onevenredig verdeeld. Maar liefst 60% van de woningen in jaren '60 wijken bestaat uit een etagewoning zoals een appartement. Dit zijn ongeveer 660.000 woningen. De overige 40% is laagbouw, bestaande uit voornamelijk tussenwoningen 25% (225.000). Ongeveer 8% (225.000) van de woningen is een hoekwoning en 5% (45.000) van de woningen is vrijstaand of 2-onder-1-kap.

In jaren '70 wijken heeft hoogbouw ook een groot aandeel (28%) maar laagbouw domineert met de overige 72% (figuur 5.5). De rijtjeswoning is het meest typerend voor jaren '70 wijken, zo'n 45% oftewel 540.000 woningen is een tussenwoning. Ongeveer 30% is een etagewoning, omgerekend 360.000 woningen. Resteert nog 7% voor 2-onder-1-kap en vrijstaande woningen (84.000).

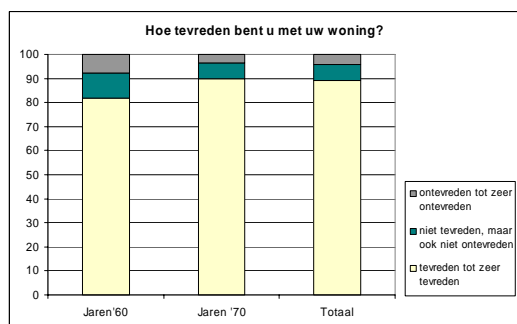
Wanneer gekeken wordt naar figuur 5.6 dan is duidelijk zichtbaar dat vooral in jaren '60 wijken veel woningen in het goedkopere segment staan. Jaren '70 wijken doen het beter, hier behoort een groter deel van de woningen in de hogere prijsklassen.



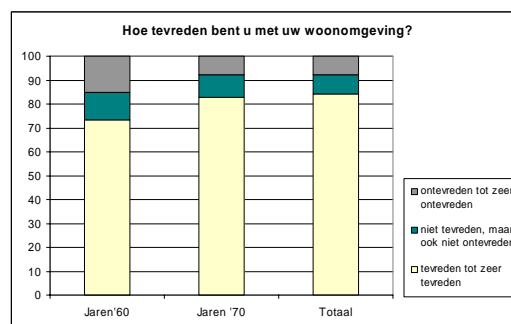
Figuur 5.6 Verdeling naar woningprijsklasse 2002
Bron: WBO, 2002

Slechte kwaliteit woningen

Uit het WBO is gebleken dat vooral de bewoners van jaren '60 wijken het minst tevreden zijn over hun woning, figuur 5.7. De jaren '70 wijk scoort zelfs iets boven het landelijke percentage bewoners dat tevreden is. Kortom de bewoners in jaren '60 wijken zijn minder tevreden met hun woning dan het gemiddelde in Nederland. Gesteld kan worden dat de kwaliteit van deze woningen niet overeenkomt met de vraag. De kwaliteit is in jaren '60 wijken minder dan het gemiddelde in Nederland.



Figuur 5.7 Tevredenheid woning
Bron: WBO, 2002



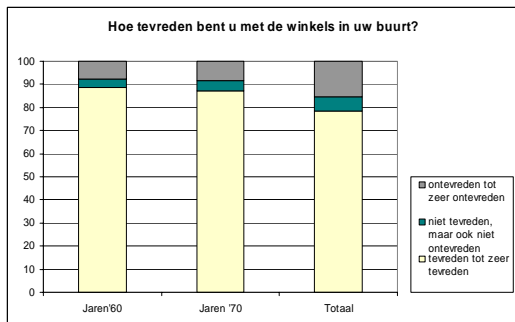
Figuur 5.8 Tevredenheid woonomgeving
Bron: WBO, 2002

Slechte kwaliteit woonomgeving

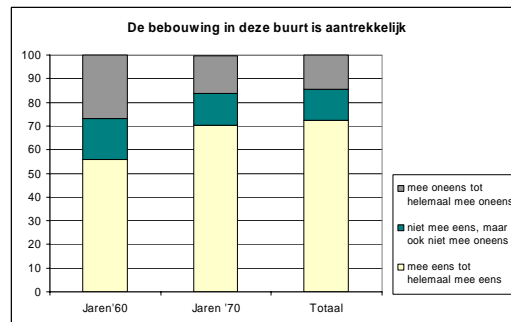
In jaren '60 wijken zijn relatief gezien minder bewoners tevreden over de kwaliteit van de woonomgeving dan gemiddeld gezien in Nederland. In jaren '70 wijken is de verhouding tussen tevreden en ontevreden bijna gelijk aan het Nederlandse gemiddelde.

Tevredenheid winkels

Vreemd genoeg zijn bewoners in vooral jaren '60 wijken meer tevreden over het winkel aanbod dan men over het algemeen is in Nederland (figuur 5.9). Dit heeft uiteraard te maken met het feit dat de winkelstructuur in jaren '60 heel fijnmazig is. De winkelvoorzieningen zijn over het algemeen dichter bij de woningen gelegen in deze wijken. Hetgeen klaarblijkelijk een positieve invloed heeft op de waardering.



Figuur 5.9 Tevredenheid winkels
Bron: WBO, 2002



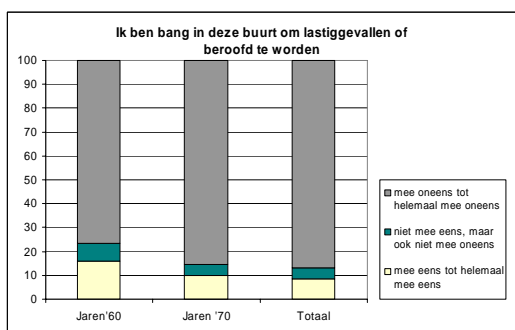
Figuur 5.10 Aantrekkelijkheid bebouwing in de buurt
Bron: WBO, 2002

Bebouwing is aantrekkelijk

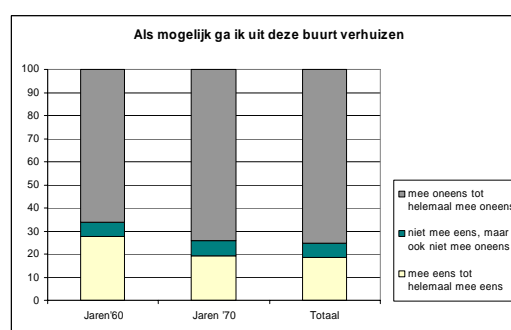
Ook de score voor wat betreft de aantrekkelijkheid van de bebouwing in de buurt geeft aan dat er iets mis is in met name de jaren '60 wijken. Het gemiddelde beeld over de aantrekkelijkheid van de bebouwing in de wijk ligt beduidend hoger dan in jaren '60 en '70 wijken (figuur 5.10). Ook op dit onderdeel scoort de jaren '60 wijk het slechtst.

Sociaal onveilige buurt

Voorals in jaren '60 wijken zijn de bewoners vaker bang om lastig gevallen te worden. De percentages in jaren '60 wijken liggen bijna twee keer zo hoog als het gemiddelde landelijke percentage (figuur 5.11). Met recht kan er gesteld worden dat relatief meer bewoners in jaren '60 en '70 wijken zich sociaal onveilig voelen dan in Nederland in het algemeen.



Figuur 5.11 Veiligheid
Bron: WBO, 2002



Figuur 5.12 Verhuiscgenigheid
Bron: WBO, 2002

Verhuiscgenigheid

Het percentage mensen dat graag uit de buurt wil verhuizen ligt zoals verwacht in jaren '60 en '70 wijken hoger dan het gemiddelde in Nederland (figuur 5.12). In jaren '60 wijken ligt het percentage het hoogst, dit is vrij logisch gezien de percentages bij de voorgaande indicatoren. Een andere oorzaak van de hoge mate van verhuiscgenigheid ligt verscholen in de populariteit van VINEX-locaties. Er vindt veel doorstroming plaats vanuit naoorlogse woonwijken richting VINEX-wijken. Dit heeft tot gevolg dat er een toenemende concentratie van lage inkomensgroepen achterblijft in de naoorlogse wijken (Priemus e.a., 1998: p6). Dat trekt nog meer van soortgelijke groepen aan. Dit wordt ook wel een negatief rekruteringsproces genoemd. Ook het hoge aandeel huurwoningen

hangt nauw samen met verhuiscapaciteit. Bewoners betrekken vaak voor een korte tijd een huurwoning in een 'doorstroomwijk'. Zodra men ergens anders vervangende woonruimte heeft gevonden, verlaat men de wijk. Op deze manier krijgen deze wijken een doorstroom karakter, dit heeft uiteraard een negatief effect op de sociale betrokkenheid in de wijk (Reinsma, 2000: p7).

5.3.2 Oorzaken vraagzijde

De oorzaken van de woningproblematiek liggen uiteraard niet alleen bij de woning en woonomgeving zelf. Voor een groot gedeelte heeft dit ook met een veranderende vraag te maken. De wensen van de consument zijn door de jaren heen ook sterk gewijzigd. Hieronder volgt een opsomming van factoren die deze veranderende consument typeert.

Groter wonen

De veranderende eisen van de consument zijn vrij eenvoudig vast te stellen. De huidige consument wil steeds groter wonen. Niet alleen het oppervlak van de woning moet groter, ook het aantal kamers neemt toe. Duijvestijn (2006: p85) geeft een aantal redenen voor deze ontwikkelingen. Zoals het feit dat het huis niet meer alleen de primaire functie van onderdak bieden heeft. De woning is een complex geheel geworden waar geleefd, gewerkt en gerecreëerd wordt. Mensen beschikken over steeds meer spullen. Een huishouden heeft niet één tv maar al gauw een stuk of drie. De kledingkast maakt plaats voor een inloopkast en er is een extra kamer nodig waar gewerkt kan worden. In de toekomst zal de werkkamer even standaard zijn als een keuken of badkamer. Het aantal kamers zal voor een gemiddeld gezin, van twee volwassenen en twee kinderen, in de komende decennia toenemen tot 5 á 6.

Omgeving wordt belangrijker

Een gevolg van de technologische ontwikkelingen op het gebied van ICT is dat de omgeving steeds belangrijker wordt. Dit blijkt uit een rapport van het ministerie van VROM (2000: p31). Het huis is een activiteitscentrum geworden. Hiermee wordt bedoeld op activiteiten in de sfeer van bankieren, werken, winkelen, scholing, zorg. Zelfs zaken voor op het stadhuis kunnen thuis geregeld worden. Kortom de digitale technologie vergroot onze virtuele actieradius, zoals de auto onze fysieke actieradius heeft vergroot. Hierdoor wordt de directe woonomgeving belangrijker, niet alleen de kwaliteit van het woonmilieu maar ook de nabijheid van voorzieningen. Het RPB (2006: p10) geeft in een publicatie eveneens aan dat het belang van de woonomgeving onderschat wordt. De waarde van een woning wordt voor ongeveer 14% bepaald door de fysieke kenmerken van de woning zelf. De kenmerken van de woonomgeving spelen ook een belangrijke rol, maar liefst 25%. Hierin wordt een onderscheid gemaakt in de sociale, fysieke en functionele woonomgeving. De sociale woonomgeving wordt in stedelijk gebied veruit het meest belangrijk bevonden. Hierbij moet gedacht worden aan zaken als sociale status en veiligheid. De functionele woonomgeving wordt gekenmerkt door bereikbaarheid van werkgelegenheid, nabijheid van snelwegen en voorzieningen op het gebied van boodschappen, winkelen en school. Het fysieke woonmilieu is het minst belangrijk, in tegenstelling tot wat in de literatuur verwacht zou worden. Een belangrijke positieve fysieke kenmerk is (recreatief) groen. Een negatief kenmerk is de nabijheid van bedrijventerreinen (RPB, 2006: p28).

Individualisering

Het groter willen wonen staat haaks op de ontwikkeling van individualisering ook wel huishoudensverdunding genoemd. Steeds minder mensen wonen in een woning, terwijl de woningen steeds grotere maten moeten aannemen. Individualisering staat ook voor de trend waarbij de vraag per consument weer anders is. De consument laat zich niet meer onderscheiden naar groepen met gelijke wensen. Ze wil een woning op maat (VROM, 2000: p29). Keurs e.a. (2003) beschrijven de ontwikkeling van consumentgericht ontwikkelen. Dit concept speelt juist in op de individualisering. De

kopers van deze woningen blijken een voorkeur te hebben voor meer invloed bij de indeling, het uiterlijk en de grootte van de woning. Evenals bij zaken als het gaat om parkeergelegenheid en de grootte van de tuin.

Vergrijzing

In de Nota "Mensen, Wensen, Wonen" (VROM, 2000: p32) is een gedeelte gewijd aan de vergrijzing. Hieruit blijkt dat ook het groter wordende aantal ouderen zorgt voor een verschuiving in de vraag naar woningen. In veel gevallen gaat het hier om kapitaalkrachtige ouderen. Zij zijn op zoek naar een groene omgeving met culturele voorzieningen en winkels nabij. De levensloopbestendige woning is een woning die voor senioren uitkomst kan bieden. Een woning waar men zo lang mogelijk zelfstandig kan blijven wonen. Zaken als rust, veiligheid, leefbaarheid en openbare ruimte zijn voor deze groep woonconsumenten belangrijke peilers van het woongenot. Daarnaast willen ouderen het liefst in een qua leeftijd gemêleerde wijk wonen, dus niet te veel ouderen maar ook niet te weinig.

Vraag naar koopwoningen

De vraag naar koopwoningen is het afgelopen jaar onverminderd hoog gebleven. Vooral door de lage hypotheekrente zien veel mensen de kans schoon om een van de grootste investeringen ooit te maken: Het kopen van een huis. Het aantal verkooptransacties is volgens de NVM in 2006 met maar liefst 7% gestegen ten opzichte van 2005. Dit komt mede door het toegenomen vertrouwen in de economie (NVM, 2006)

5.4 Kansen

De problematiek die zich in een groot aantal jaren '60 en '70 wijken voor doet vormt een aanleiding om in te grijpen. Anders gezegd de problemen brengen kansen met zich mee. Kansen om de problematiek aan te pakken en de kwaliteit van de wijk en stad te verbeteren. De kansen die hier liggen zullen eerst beschreven worden, de kansen voor Bouwfonds wel te verstaan. Daarnaast wordt ingegaan op de veel voorkomende aanpak van stedelijke vernieuwing ook wel herstructurering genoemd. In de volgende paragraaf zal het begrip herstructurering uitgebreid aan de orde komen.

5.4.1 Afzet woningen

Het beeld dat van jaren '60 wijken is geschetst, lijkt nogal pessimistisch. Toch betekent dit niet dat er geen kansen liggen voor de afzet van woningen. De markt in jaren '60 en '70 wijken heeft zijn beperkingen, zeker voor hogere inkomensgroepen van buitenaf. Dit zijn juist de groepen die de gemeente graag ziet komen in het kader van de herstructurering. Natuurlijk is dit een goed perspectief, maar helaas niet de realiteit. Daarom is het van belang dat de afzet van woningen niet alleen op mensen van buitenaf gericht is, maar ook op de bewoners van jaren '60 en '70 wijken zelf. Een autonome groei vanuit de wijken zelf biedt perspectief voor het ontwikkelen van woningen en de afzet ervan. Hierin kan een onderscheid gemaakt worden naar woningtypen in verschillende segmenten, zoals het midden en duurdere segment. Daarom is het van belang dat het aanbod afgestemd is op de wensen van potentiële doelgroepen die al in de wijken wonen. In deze doelgroepen is uiteraard ook een onderscheid te maken naar hogere inkomens en lagere inkomens. Kortom hier is ook een gedifferentieerde markt aanwezig.

Vanuit dit perspectief bezien zijn er zeker mogelijkheden om succesvol gedifferentieerde woningen af te zetten in de markt van jaren '60 en '70 wijken. Daarbij zal het uiteindelijk toch veelal om appartementen en tussenwoningen gaan, omdat vrijstaande woningen en 2-onder-één kappers weggelegd is voor een (te) kleine groep consumenten. Het is belangrijk om in te spelen op groter wonen, met aandacht voor sanitair, keuken en isolatie. Deze punten zijn juist gebreken in het bestaande woningaanbod. Door de

aandacht naar deze aspecten te verschuiven, wordt de interesse van de consument gewekt. De gebreken worden daarmee omgezet naar aandachtspunten.

5.4.2 Herstructurering

De afgelopen jaren is er veel geïnvesteerd in het aantrekkelijk maken en houden van de stad als woonmilieu. In de nota stedelijke vernieuwing werd herstructurering als een bijzondere vorm van stedelijke vernieuwing beschreven.

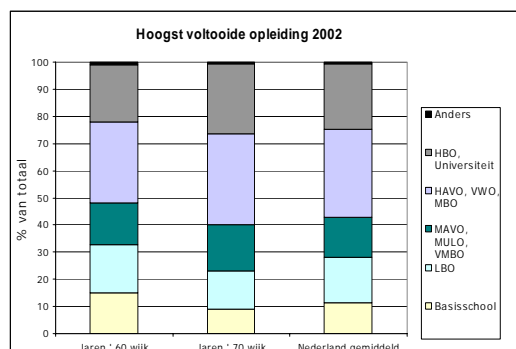
“Het is een opgave, gericht op vergroting van de differentiatie van woon- en werkmilieus, daar waar de woonkwaliteit en de leefbaarheid onder druk staan. Het behelst dan ook meer dan de aanpassing van de woningvoorraad en de directe woonomgeving. Ook infrastructuur, groenvoorzieningen, bedrijvigheid en overige voorzieningen binnen de wijk komen bij herstructurering aan de orde” (VROM, 1997: p51).

Jaren lang heeft de fysieke kwaliteit van de woningen centraal gestaan. Vooral in de jaren negentig, gekenmerkt door economische voorspoed, gestegen inkomens en gedaalde werkloosheid. De overheid ging er van uit dat een groot aantal etagewoningen en te kleine eengezinswoningen in de grote stad leeg zouden komen te staan. Er werden oplossingen gezocht op het gebied van grootschalige sloop en de bouw van vooral seniorenwoningen en ruime eengezinswoningen in de koopsector. Uiteindelijk bleek dit beeld overtrokken en viel de teruggelopen vraag naar woningen in de buiten-centrum woonmilieus mee. Thema's als leefbaarheid en veiligheid werden vooral in grote steden een hot item. Mede dankzij overheidsbeleid verschoof de aandacht van herstructurering als middel om de stad te verbeteren, naar een middel om de sociale problemen in bepaalde wijken aan te pakken. Hiervoor is de 56-wijkenaanpak door toenmalig Minister Kamp ontwikkeld (Duijvestijn, 2006: p92). Hieronder worden een aantal aandachtspunten besproken, die kenmerkend zijn voor binnenstedelijke herstructurering.

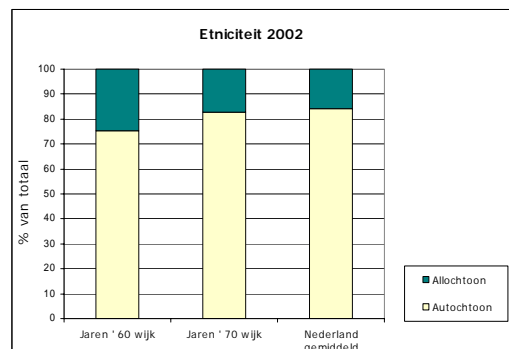
Eenzijdige bevolkingsamenstelling

De samenstelling van de bevolking in jaren '60 en '70 wijken wordt, zoals bekend, als (te) eenzijdig beschouwd. Niet alleen qua inkomensklasse, maar ook naar opleidingsniveau en etniciteit. In figuur 5.13 is weergegeven dat in de jaren '60 wijken het percentage hoogopgeleiden beduidend lager lijkt dan het gemiddelde in Nederland. Het aandeel laag opgeleiden is daarentegen hoger dan het landelijk gemiddelde. Bij jaren '70 wijken is zelfs het aandeel hoogopgeleiden hoger dan het landelijke gemiddelde.

Een ander aspect dat samenhangt met de eenzijdige bevolkingsamenstelling is de etniciteit. Het aandeel allochtonen is in jaren '60 wijken hoger dan het gemiddelde in Nederland. Hier ligt het percentage allochtonen bijna 10% hoger dan het landelijke gemiddelde (Figuur 5.14). Het opleidingsniveau en de samenstelling naar etniciteit hangen uiteraard nauw samen met andere problemen die zich voor doen.



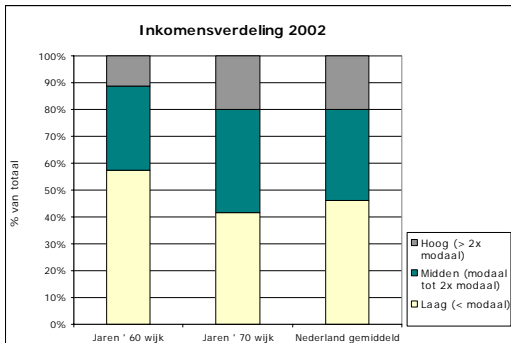
Figuur 5.13 Hoogst voltooide opleiding
Bron: WBO 2002



Figuur 5.14 Bevolkingsamenstelling 2002
Bron: WBO 2002

Laag besteedbaar inkomen

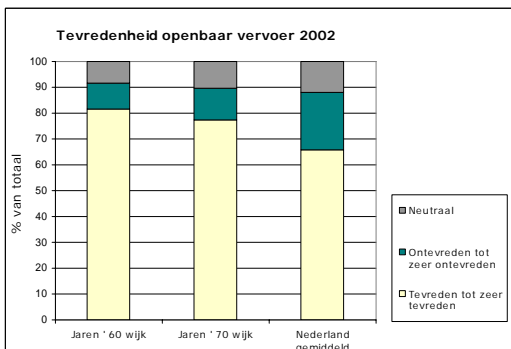
De meeste jaren '60 wijken worden getypeerd door lage inkomensgroepen. Dit feit staat natuurlijk niet op zichzelf. Het hangt samen met tal van andere zaken. Zoals de eenzijdige bevolkingssamenstelling en het homogene woningaanbod. Dit maakt deze wijken niet aantrekkelijk voor hogere inkomensgroepen. In 2002 had gemiddeld 46% van de Nederlandse huishoudens een laag besteedbaar inkomen. In jaren '60 wijken was dit ongeveer 58% en in jaren '70 wijken slechts 41%. Duidelijk zichtbaar is dat de hogere inkomensgroep in jaren '60 wijken sterk achterblijft ten opzichte van het landelijke gemiddelde. De lage inkomensgroep is hier juist oververtegenwoordigd. De jaren '70 wijken lijken vooral de middeninkomensgroepen aan te trekken (zie figuur 5.15).



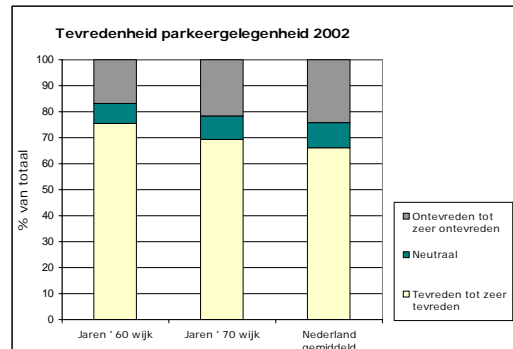
Figuur 5.15 Verdeling huishoudinkomens
Bron: WBO 2002

Voorzieningen

De opbouw van voorzieningen heeft in jaren '60 en '70 wijken een zeer planmatig karakter. Het motto was in die jaren functiescheiding. Dit is dan ook nog steeds duidelijk zichtbaar. Tegenwoordig lijkt er minder aandacht te zijn voor voorzieningen in de wijk. Mulder (2002: p42) beschrijft dat het gebrekkige aanbod aan voorzieningen een van de redenen is waarom nieuwbouwwijken onaantrekkelijk gevonden worden. Voorzieningen spelen vaak een ondergeschikte rol. Simpelweg omdat ze minder opleveren dan woningen. Mulder maakt hierbij een kantekening tussen de kosten op korte termijn en lange termijn. Op korte termijn kosten voorzieningen geld, maar op langere termijn kost een gebrek aan voorzieningen ook geld. De bewoners van jaren '60 wijken zijn vaker tevreden over het winkelaanbod dan de gemiddelde Nederlander. Omdat in deze wijken het winkelaanbod juist zo fijnmazig is. De tevredenheid over de winkelvoorzieningen in jaren '60 en '70 wijken is weergegeven in figuur 5.9.



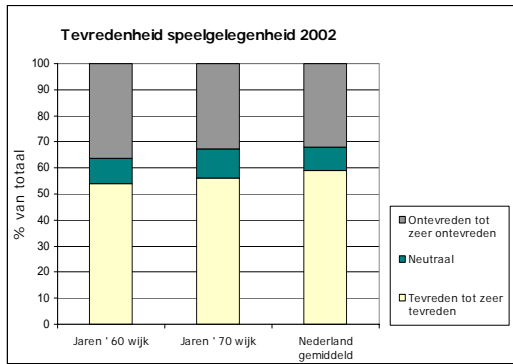
Figuur 5.16 Tevredenheid openbaar vervoer
Bron: WBO 2002



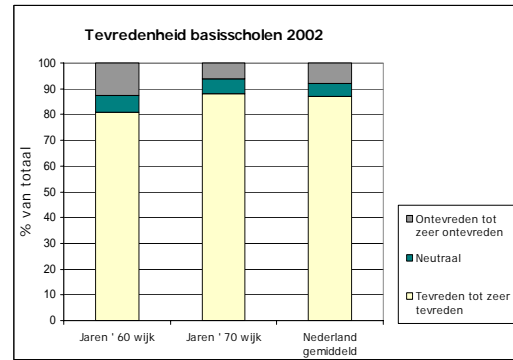
Figuur 5.17 Tevredenheid parkeergelegenheid
Bron: WBO 2002

Tevredenheid openbaar vervoer

Over het openbaar vervoer zijn de bewoners van jaren '60 en '70 wijken gemiddeld vaker tevreden dan in het algemeen, zie figuur 5.16. Dit geldt eveneens voor de tevredenheid aangaande de parkeergelegenheid, deze is weergegeven in figuur 5.17.



Figuur 5.18 Tevredenheid speelgelegenheid
Bron: WBO 2002



Figuur 5.19 Tevredenheid basisscholen 2002
Bron: WBO 2002

Niet alle voorzieningen worden positief gewaardeerd. Er is ook een negatieve stemming in de waardering voor speelgelegenheid (figuur 5.18). Over het aanbod van basisscholen is men in jaren '60 wijken minder tevreden dan over het algemeen (figuur 5.19)

5.4.3 Kantekeningen herstructurering

Duijvestijn e.a. (2006: p94) geven aan dat de herstructurering ook kanttekeningen heeft, namelijk:

- Herstructurering volgens de 56-wijkenaanpak methode, heeft er toe geleid dat sommige wijken voorgedragen werden met als voornaamste doel, het verkrijgen van beschikbare subsidies.
- Hieraan gerelateerd is het feit, dat de keuze van de prioriteitswijken niet alleen gebaseerd is op de toestand van de wijk. Maar ook op de lobbykwaliteiten van de verschillende gemeenten en woningcorporaties. Die zien hun wijk graag in aanmerking komen voor subsidies om de kwaliteit van de woningen en de omgeving te verbeteren. Daarom wordt er getwijfeld of de 56- wijken aanpak wel de wijken omvat met de grootste problematiek.
- De stempel probleemwijk of prioriteitswijk heeft een negatief effect op de wijk zelf. Bewoners hebben een sterkere neiging om de wijk te verlaten en nieuwkomers gaan op zoek naar een andere wijk.
- Veel partijen zien geen nut in de differentiatie van woningaanbod. Door duurdere koopwoningen te ontwikkelen worden de armere bewoners verdreven naar een andere wijk. Zodat het hele proces van verloedering en achteruitgang op nieuw in gang gezet wordt in een andere wijk. Het probleem wordt simpelweg verschoven, een weinig duurzame oplossing dus.
- Tegenargumenten worden ook ontleend aan het succes van wijken zoals de Pijp in Amsterdam. Hier wonen juist veel hogere inkomensgroepen in kwalitatief matige woningen. Dit zijn gek genoeg de wijken die juist niet geherstructureerd zijn. Maar waar een natuurlijk proces van gentrificatie¹ heeft gezorgd voor de vitaliteit, diversiteit en aantrekkelijkheid van de wijk.

¹ Gentrification: (veredeling) is een Engelse term die gebruikt wordt om de opwaardering van een buurt of stadsdeel op sociaal, cultureel en economisch gebied aan te duiden. De herwaardering van het stadsdeel gaat gepaard met een stijging van de prijzen voor onroerend goed (Wikipedia, 2006).

- Tot slot lost het aantrekken van hogere inkomensgroepen niet vanzelfsprekend alle problematiek op. Hierbij gaat het om problemen zoals integratie van verschillende bevolkingsgroepen, economische vitaliteit van de middenstand en zwarte scholen. Vermoed wordt dat ook met de komst van hogere inkomensgroepen deze problemen blijven bestaan. Vaak brengen deze mensen hun kinderen naar een 'witte' school in een andere buurt waar dan ook de boodschappen gehaald worden (Duijvestijn, 2006: p 95).

5.5 Samenvatting

Jaren '60 en '70 wijken zijn met name in de stedelijke gebieden aan te treffen. Uit de voorgaande cijfers is gebleken dat er een groot verschil is tussen jaren '60 en '70 wijken, qua samenstelling en woonwaardering. Daarom is het van belang dat er ook een duidelijk onderscheid wordt gemaakt tussen deze twee wijken.

Met name jaren '60 wijken zijn een vreemde eend in de bijt. De woontevredenheid, de hoge verhuisgeneigdheid, het eenzijdige woningaanbod evenals de verhouding huur en koop geven aan dat deze wijken met de nodige problemen kampen. Daarnaast is er nog de eenzijdige bevolkingssamenstelling. Een hoog aandeel allochtonen, veel lagere inkomensgroepen en een laag opleidingsniveau zijn typerend voor jaren '60 wijken. Jaren '70 wijken scoren beduidend beter op bovenstaande punten. Mede omdat het woningaanbod beter is en het inkomens- en opleidingsniveau hoger ligt.

De problematiek kan niet alleen verklaard worden aan de hand van het woningaanbod. Er zijn in de vraagrijde van de markt ook belangrijke ontwikkelingen gaande. Invloedrijke trends zijn individualisering, vergrijzing, vraag naar groter wonen, omgeving die belangrijker wordt en een stijgende vraag naar koopwoningen. Door deze veranderende vraag komen jaren '60 en '70 wijken minder vaak in beeld als een attractief woonmilieu. Dit heeft een negatief rekruteringspatroon als gevolg.

De overheid doet veel verwoede pogingen om de problematiek aan te pakken door middel van herstructurering. Veelal is herstructurering gericht op een economische en fysieke aanpak van de wijk. Sociale factoren spelen een geringe rol. Toch is dit een factor die wel van betekenis is. Het succes van een buurt wordt bepaald door de bewoners ervan. Dus het is van belang dat deze betrokken worden in het herstructureringsproces.

Er worden ook kanttekeningen gezet bij herstructurering. Deze kanttekeningen worden onder andere ontleend aan het proces van gentrification zoals in de Amsterdamse Pijp zich heeft voorgedaan. Dit is een voorbeeld waarbij de problemen in een wijk zich vanzelf oplossen, zonder dat er sprake is van herstructurering.

Wanneer de ontwikkeling van woningen afgestemd is op de wensen van mensen buiten de wijk, dan blijft de verkoop achter. Mensen van buiten de wijk hebben een negatief imago van de wijk en gaan op zoek naar een woning elders. Daarom is het noodzakelijk om woningontwikkeling niet alléén te richten op mensen van buiten de wijk.

Als de ontwikkeling meer op potentiële bewonersgroepen in de wijk zelf gericht wordt dan biedt dit een beter perspectief. Dit kan mede gerealiseerd worden door het aanbod af te stemmen op de wensen en eisen die deze groep stelt aan een woning.

Kortom, herstructurering kan wel degelijk uitkomsten bieden, mits de bewoners als een serieuze partner in het gehele proces worden gezien. Het toekomstbeeld van jaren '60 en '70 wijken hoeft dan ook niet pessimistisch te zijn. Zeker niet wanneer ontwikkelaars, corporaties, gemeenten en bewoners bereid zijn te investeren in de wijk, vooral de jaren '60 wijk. Door het belang van autonome groei (groei van binnenuit) centraal te stellen, kan er op een structurele basis aan de kwaliteit van de wijk gewerkt worden. Hierbij wordt het succes van de ingreep niet langer bepaald door hogere inkomensgroepen die van buiten de wijk aangetrokken moeten worden, maar door de bewoners zelf, op eigen kracht.

Hoofdstuk 6 Winkelmarkt van jaren '60 en '70 wijken

Inleiding

In dit hoofdstuk wordt aan de hand van een aantal punten uitgebreid stil gestaan bij het winkelsegment van jaren '60 en '70 wijken. Als eerste wordt de geschiedenis van het Nederlandse detailhandelsbeleid in een vogelvlucht behandeld. Als tweede volgt er een korte uiteenzetting van cijfermatige kenmerken van de detailhandel in Nederland en wijkwinkelcentra in het bijzonder. Het derde punt gaat in op de problematiek van de winkelcentra in jaren '60 en '70 wijken. Evenals in het vorige hoofdstuk wordt er nu ook een onderscheid gemaakt in de oorzaken van de problematiek. Namelijk oorzaken vanuit de aanbodzijde en oorzaken vanuit de vraagzijde van de winkelmarkt. Na de problematiek worden de kansen vanuit verschillende perspectieven beschreven. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een samenvatting.

6.1 De Nederlandse detailhandelsstructuur vanaf 1950 tot heden

In deze paragraaf wordt het detailhandelsbeleid van enkele typerende perioden beschreven. Het gevoerde beleid heeft een grote invloed gehad op het Nederlandse detailhandelslandschap.

6.1.1 Fijnmazige groei (1950 – 1970)

Het Nederlandse detailhandellandschap is de afgelopen decennia aanzienlijk veranderd. De sector is door de jaren heen sterk geprofessionaliseerd. Dit blijkt onder andere uit de opkomst van direct verwante organisaties zoals de kamer van koophandel en het hoofdbedrijfsschap detailhandel. De Vestigingswet (1954) betekende een waarborging van kwaliteit en bestaanszekerheid. Deze wet stelde minimumeisen aan een winkelbedrijf. Na de tweede wereldoorlog stond Nederland in het teken van wederopbouw. Niet alleen door de restauratieopgave, maar ook door de snelle bevolkingstoename was er veel vraag naar nieuwe woningen en voorzieningen. De gevolgen zijn duidelijk: grootschalige stedelijke uitbreidingen en zelfs geheel nieuwe steden zijn in een korte tijd gerealiseerd. De detailhandel moest daarbij voorzien in de omvangrijke, directe behoefte van de burgers. Dit betekende dat de winkels op een overbrugbare afstand van de woonplaats moesten staan. De oplossing werd gezocht in toepassing van de theorie van de geograaf Christaller, de Centrale-Plaatsentheorie (RPB, 2005: p32). Voor een uitvoerige beschrijving van deze theorie wordt verwezen naar hoofdstuk 2.

Eind jaren zestig groeit het Nederlandse winkelapparaat enorm. Deze groei werd in gang gezet door de bevolkingsaanwas en het hogere besteedbare inkomen van de consument. Ook binnen de detailhandel werd het proces van schaalvergroting ingezet. Dit leidde er toe dat een aantal winkeliers hun vestigingen wilden uitbreiden. Goedkope grond betekende een grotere winkel met een groter assortiment en lagere prijzen. Zodoende werden de ogen gericht op perifere locaties. Hieruit is de term 'winkelen in de wei' ontstaan. Kenmerkend voor deze winkels zijn de witte buitengevels, vandaar de naam 'Witte schuren'. Overigens lagen al deze vestigingen binnen de bebouwde kom.

6.1.2 (Mis) geplande groei (1970 - 1990)

De eerste perifere detailhandelsvestiging werd in 1971 geopend, het ging hier om de Miro in Vlissingen. De vestiging had een ruim assortiment van 20.000 artikelen op een vvo van 7000 m². Een tweede perifere detailhandelsvestiging werd door Koninklijke Bijenkorf Beheer gerealiseerd, de Maxis te Muiden. Met een assortiment van 35.000 artikelen op een vvo van 12.000 m². De opkomst van deze vestigingen luidde de start van de commerciële suburbanisatie definitief in (Post, 2004: p32). Als reactie op deze ontwikkelingen liet het Rijk een onderzoek verrichten naar de gevolgen van perifere

detailhandel. De gevolgen van het beleid zouden desastreus zijn. Het ontstaan van perifere detailhandel zou tot een grote verandering van de hiërarchie van winkelcentra leiden (RPB, 2005: p32). Er werd gevreesd voor aantasting van het bestaande winkelapparaat en in het bijzonder de hoofdwinkelcentra. Daarnaast hadden perifere ontwikkelingen grote negatieve gevolgen voor verkeersstromen en het open landschap. De overheid greep in 1973 in met nieuw beleid om de ontwikkelingen beter te kunnen beheersen. Dit wordt het perifere detailhandelsvestiging (PDV)-beleid genoemd. Dit beleid hield een algeheel verbod in op nieuwe detailhandelsvestigingen buiten bestaande winkelgebieden. Voor bedrijven gerelateerd aan de verkoop van brand- en explosiegevaarlijke goederen en volumineuze producten zoals auto's, boten en caravans (A,B en C-goederen) werd een uitzondering gemaakt. In de jaren '80 werd het beleid omgezet naar een selectief werend PDV-beleid. Er werden uitzonderingen gemaakt voor bouwmarkten, tuincentra en grootschalige meubeldetailhandel mits aangetoond kon worden dat de winkels niet inpasbaar waren in de bestaande winkelgebieden (Boekema e.a., 2000: p17). Zodoende zijn de meubelboulevards ontstaan, een uitkomst tussen winkeliers en regelgeving.

Het aantonen van de inpasbaarheid gebeurde aan de hand van Distributie Planologisch Onderzoek (DPO). Gemeenten werden verplicht om een DPO uit te voeren bij het maken van een nieuw bestemmingsplan. Uiteindelijk woog het rendement van de DPO niet meer op tegen de kosten ervan. In 1985 werd door het Rijk besloten om de verplichting dan ook te schrappen. Toch wordt er nog steeds gebruikt gemaakt van nieuwe DPO-vormen, al zijn deze minder kostbaar en omvangrijk. (Voogd, 2001: p91).

In de jaren na de afschaffing van het DPO was de trek van winkels naar de periferie nog in volle gang. Omdat de gemeenten geen duidelijke definitie van volumineuze goederen hanteerden, was het mogelijk dat het aantal PDV-locaties toenam (Post, 2004: p34). Het PDV-beleid heeft een ingrijpende rol gespeeld in de winkelmarkt. Door de ruimtelijke beperkingen werd er een schaarste gecreëerd die resulteerde in hogere huurprijzen. Deze prijzen zijn vooral op te brengen door het grootwinkel- en filiaalbedrijf. Deze grote bedrijven domineren nu ook het winkellandschap van de steden.

6.1.3 Meer marktwerking (1990 - 2006)

Vanaf de jaren '90 is het overheidsbeleid omgeslagen. De overheid ziet meer ruimte voor marktwerking. Belangrijke wijzigingen in beleid zijn de toevoeging van huishoudelijke artikelen aan het assortiment voor detailhandel in de periferie. Uit parlementaire debatten is gebleken dat grote retailers, als IKEA, Media Markt en Toys 'R Us, geweerd werden. Dit betekende dat de dynamiek in de sector tegen gehouden werd. Met de komst van de 'common market', oftewel de vrije markt, werd een halt toegeroepen aan dit protectionistische gedrag. De toenmalige Minister van VROM heeft het beleid aangepast. Centraal stond het behoud van de bestaande detailhandelstructuur en tegelijkertijd de dynamiek vergroten. Deze tegenstrijdigheid werd opgelost door de komst van het Grootschalige DetailhandelsVestiging beleid (GDV-beleid) in 1993 (Evers, 2001). Het assortiment is niet langer de doorslaggevende factor maar de locatie en de omvang van de winkel. In Nederland zijn er niet veel GDV locaties ontwikkeld. De bekendste voorbeelden zijn de Arena Boulevard in Amsterdam, MegaStores in Den Haag en Alexandrium in Rotterdam (RPB, 2005: p38).

Een tegenovergestelde ontwikkeling is de Kleinschalige DetailhandelsVestiging (KDV) op vervoersknooppunten. Deze detailhandelsvorm richt zich op de behoefte van de consument om onderweg van werk naar huis en vice versa en buiten de normale winkeltijden haar boodschappen te kunnen doen. De detailhandel zoekt steeds vaker de consument op. De Nota Ruimte biedt zelfs nog meer ruimte voor liberalisering dan bij haar voorganger. Met de komst van de Nota Ruimte blijft er dan ook weinig over van het van rijksweg opgestelde PDV/GDV-beleid. Het opvallende aan het Nederlandse detailhandelsbeleid is dat het tegengesteld verloopt aan het overheidsbeleid van onze

buurlanden. Landen als België, Duitsland, Frankrijk en Engeland hebben lange tijd een liberaal detailhandelsbeleid gevoerd, maar zijn daar recentelijk van teruggekomen, door restricties op te werpen tegen een overmaat aan marktwerking (Evers, 2001). Al met al heeft het Rijksbeleid, zowel bedoeld als onbedoeld, voor de nodige dynamiek in het Nederlandse detailhandellandschap gezorgd. Deze dynamiek hangt uiteraard nauw samen met de ingeslagen weg van meer marktwerking en de daaraan gekoppelde deconcentratie (Boekema e.a., 2000 p21).

6.2 Algemene kenmerken detailhandel

Om een indruk te krijgen van de Nederlandse detailhandelsstructuur wordt de sector eerst in cijfers uitgedrukt. Volgens Locatus (2006b) bestrijkt de totale detailhandel in Nederland 27.975.416 m². Verdeeld over 248.793 verkooppunten en 16.334.210 inwoners komt dat neer op ongeveer 15,2 winkels en 1712 m² winkels per 1000 inwoners. Voor een vergelijking tussen jaren '60 en '70 winkelcentra en Nederland is gebruik gemaakt van een database samengesteld door Bouwfonds Property Development². In deze database wordt onderscheid gemaakt naar 5 typen winkelcentra: Namelijk: PDV/GDV-locaties, wijkwinkelcentra, stadsdeelcentra, deel hoofdwinkelgebied en hoofdwinkelgebied.

Cijfers database Bouwfonds²

	VVO	VVO %	Gefilialiseerd WVO %	Dagelijks WVO	Niet-dagelijks WVO	Leegstand WVO
Jaren '60 –'70 wijkwinkelcentra	313.615	7%	67%	53%	42%	5%
Jaren '60-'70 winkelcentra	1.592.023	38%	70%	28%	69%	4%
Nederland	4.193.011	100%	63%	18%	77%	5%

Tabel 6.1 Verdeling vvo voor jaren '60 en '70 winkelcentra en Nederland totaal

Bron: Database Bouwfonds Property Development²

Zoals te zien is in tabel 6.1 stamt ongeveer 38% van het totale detailhandelloppervlak van planmatige winkelcentra, groter dan 7.000m², uit de jaren '60 en '70. De filialiseringsgraad ligt in jaren '60 en '70 winkelcentra aanzienlijk hoger dan landelijk, namelijk 7%. De verdeling naar sector dagelijks en niet-dagelijks is sterk afhankelijk van het verzorgingsgebied van het winkelcentrum. Des te groter het verzorgingsgebied des te kleiner is het aandeel dagelijks. Wijkwinkelcentra hebben dan ook een groter aandeel dagelijks dan de overige typen winkelcentra. Het WVO van jaren '60 en '70 winkelcentra bestaat voor een groter deel uit dagelijks winkelaanbod dan landelijk het geval is. (zie tabel 6.2). Dit is eenvoudig te verklaren, omdat het totale landelijke winkelaanbod relatief meer PDV/GDV-locaties bevat dan jaren '60 en '70 winkelcentra. Veelal bestaat het overgrote deel van PDV/GDV-locaties uit niet-dagelijks winkelaanbod.

De leegstand bedraagt landelijk 5%, het gemiddelde leegstandspercentage in jaren '60-'70 wijken ligt daar net iets onder, rond de 4%. De landelijke filialiseringsgraad ligt rond de 63%. De filialiseringsgraad stijgt naar mate het niveau van het voorzieningenaanbod stijgt. Daarom ligt de filialiseringsgraad van de wijkwinkelcentra iets onder de filialiseringsgraad van alle jaren '60 – '70 winkelcentra.

² De database bevat 318 planmatige winkelcentra groter dan 7.000 m². Uit deze lijst stammen 128 winkelcentra uit de jaren '60-'70 waarvan; 7 PDV- GDV-locaties, 46 wijkwinkelcentra, 18 stadsdeelcentra, 54 deel hoofdwinkelgebieden en 3 hoofdwinkelgebieden.

Cijfers casestudies

	Dagelijks WVO	Niet-dagelijks WVO	Gefilialiseerd WVO	Leegstand WVO
Jaren '60 –'70 wijkwinkelcentra (>7000 m ²)	53%	42%	67%	5%
Nederland (> 7000 m ²)	18%	77%	63%	5%
Jaren '60 –'70 winkelcentra casestudies	52%	35%	51%	13%
Nederland totaal	19%	74%	51%	7%

Tabel 6.3 Percentage wvo naar branchegroep voor Nederland als geheel en jaren '60 en '70 wijkcentra in 2006
Bron: Database Bouwfonds Property Development²

De samenstelling van de winkelcentra in de vier casestudies blijkt grotendeels overeen te komen met de cijfers van winkelcentra groter dan 7.000 m² gebouwd in de jaren '60 en '70, afkomstig uit de database van Bouwfonds. In tabel 6.3 staan de verhoudingen tussen dagelijks en niet-dagelijks, leegstand en filialisering. In de casestudies is het leegstandpercentage en filialiseringgraad iets hoger dan bij de winkelcentra groter dan 7.000 m². Dit is eenvoudig te verklaren, want de gemiddelde cijfers van de vier casestudies bevatten ook kleinere buurtwinkelstrips. Vooral deze kleinere winkelgebieden hebben met leegstand te kampen, dit is terug te zien in het gemiddelde leegstandpercentage. De filialiseringgraad is in de casestudies aanzienlijk lager, omdat in de kleinere winkelcentra veelal zelfstandige ondernemers actief zijn. Dit in tegenstelling tot de winkelcentra groter dan 7.000 m² waar meer filiaalhouders actief zijn.

Een ander belangrijk kenmerk van winkelaanbod in jaren '60 en '70 wijken is dat het vaak om planmatig ontwikkelde winkelcentra gaat. Dit houdt in dat de winkelcentra volgens een vooraf bedacht plan zijn gerealiseerd. Waarbij onder meer rekening is gehouden met aspecten als de grootte van het verzorgingsgebied, mate van bereikbaarheid, differentiatie en omvang van het winkelapparaat (Soeterboek, 2005: p7). Deze voorwaarden zijn door de jaren heen sterk veranderd, waardoor een deel van de winkelvoorzieningen slecht functioneert. Hierna worden de oorzaken van deze problematiek nader toegelicht.

6.3 Oorzaken problematiek

In het begin van het eerste hoofdstuk is aangegeven dat het winkelaanbod van jaren '60 en '70 wijken de nodige problemen kent. In deze paragraaf wordt dieper ingegaan op deze problematiek. De diverse oorzaken van deze problematiek komen aan bod. Deze oorzaken lopen uiteen van de bewoners tot aan de fysieke gesteldheid van het winkelcentrum. Daarom is er een onderscheid gemaakt naar de aard van de oorzaak. Als eerste worden de oorzaken aan de aanbodzijde behandeld en daarna de oorzaken aan de vraagzijde. De beschrijvingen geven een algemeen beeld weer van ontwikkelingen in de Nederlandse detailhandel. De gevolgen van deze ontwikkelingen hebben vooral hun weerslag op de onderkant van de detailhandelstructuur, vaak gelegen in jaren '60 en '70 wijken. Daarom is het zinvol om een aantal van deze ontwikkelingen te beschrijven.

6.3.1 Oorzaken aanbodzijde

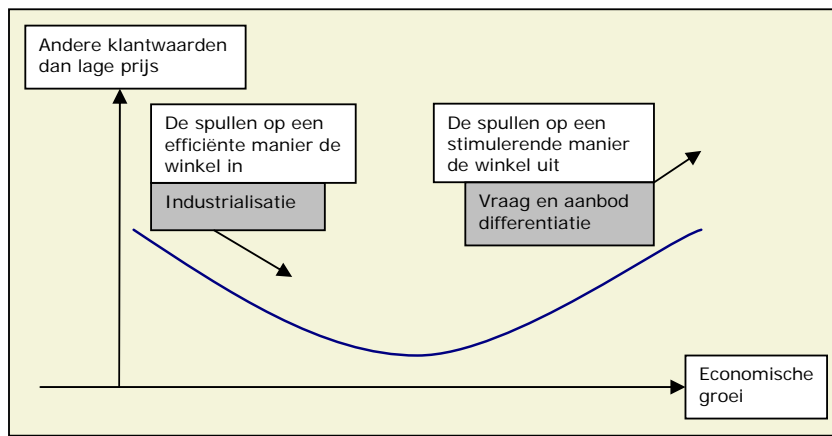
Schaalvergroting

Het proces van schaalvergroting is al jaren gaande in de detailhandelsector. Hierbij valt een onderscheid te maken in de bedrijfmatige schaalvergroting (lees filialisering) en de ruimtelijke schaalvergroting. Bedrijfmatige schaalvergroting betekent steeds groter wordende winkelketens. Ruimtelijke schaalvergroting gaat over de steeds groter wordende oppervlakken van winkels (RPB, 2005: p144), zie tabel 6.4.

	1968	1978	1987	1997	2001	2004
FOOD Gemiddeld WVO (m ²)	35	66	91	116	166	172
NON-FOOD Gemiddeld WVO (m ²)	85	119	154	164	234	253

Tabel 6.4 Schaalvergroting in de Nederlandse detailhandel
Bron: RPB, 2006

Een ander bekend verschijnsel van schaalvergroting is dat het aantal ondernemers in eerste instantie afneemt, omdat de kleinere ondernemers de concurrentie niet aan kunnen. Na deze concurrentieslag komen er nieuwe toetreders die innovatief en onderscheidend de concurrentie aan willen gaan. Er volgt een stijging van het aantal ondernemers. Dit hangt samen met de ontwikkeling van de kenniseconomie en vooral met de toegenomen mogelijkheden voor vraag- en aanboddifferentiatie. Dit fenomeen heet de industrialisatie van de retail, zie figuur 6.1.



Figuur 6.1 Industrialisatie van de retail
Bron: NRW, 2006

Gevolgen schaalvergroting

De laatste jaren zijn de effecten van schaalvergroting steeds vaker merkbaar. Kenmerkend hiervoor zijn de discount formules, die de prijs als enige marketinginstrument hanteren. Voorbeelden hiervan zijn Media-Markt, IKEA en Jumbo. Al deze formules hebben vestigingen met enorme oppervlaktes. De schaalvoordelen die hierdoor optreden worden via lagere prijzen doorberekend naar de consument. Schaalvergroting kan zich ook uiten in de tol die ervoor betaald moet worden. Hierbij valt te denken aan het faillissement van Megapool, Kral en de kleinschalige supermarkten als gevolg van de langdurige prijzenslag.

Differentiatie

Aan de andere kant doet zich ook de ontwikkeling van differentiatie voor. De opkomst van speciaalzaken bevestigt dit. Hierbij ligt het accent niet zozeer op de prijs, maar op het toevoegen van waarde. Noodzakelijkerwijs worden bij dit type winkels de opbrengsten gemaximaliseerd, waarbij het bij de discounters juist gaat om minimalisatie van de kosten (NRW, 2006: p50). Het belang van differentiatie moet niet onderschat worden. Natuurlijk is herkenbaarheid en uniformiteit een vertrouwd beeld voor de consument. Maar om een winkelgebied sfeer en extra belevingswaarde te geven, zijn de zelfstandige winkels van groot belang. Hierdoor ontstaat er juist een gevarieerd winkelaanbod.

Gevolgen differentiatie

Een gedifferentieerd winkelaanbod vergroot het succes van het winkelgebied. Meer differentiatie en variatie betekenen meer gezelligheid en verhoogt de belevingswaarde. Het NRW bevestigt het belang van diversiteit in haar rapport 'de veranderende stad'. Jane Jacobs wordt zelfs aangehaald, die de diversiteittheorie ontwikkeld heeft. Zij

benadrukte het belang van verscheidenheid aan functies, drukte en bouwstijlen met het oog op het waarborgen c.q. versterken van (ook kleinschalige) stedelijke milieus (NRW, 2006: p59).

Filialisering

Ongeveer 26% van alle winkelvestigingen in Nederland wordt gerekend tot het filiaalbedrijf (Locatus, 2006). Omgerekend naar wvo is maar liefst 53% van het totale Nederlandse winkelaanbod in handen van filialen. De filialisering zal ongetwijfeld doorzetten gezien het feit dat filialen betrouwbare partners zijn voor de geldschietters van winkelcentra (RPB, 2005: p146). De gemiddelde filialiseringgraad in jaren '60 en '70 wijkwinkelcentra ligt rond de 63% (Database Bouwfonds, 2006). In de vier casestudies ligt dit rond de 51%. Hieruit blijkt dat naarmate het verzorgingsgebied van de winkelcentra afneemt de mate van filialisering eveneens afneemt.

Gevolgen filialisering

Indien het winkelaanbod in jaren '60-'70 wijken geconcentreerd blijft op de dagelijkse boodschappen (het runshoppen) dan is het logisch dat vooral in de wijkwinkelcentra de filialisering sterk zal doorzetten. Het belang van herkenbaarheid en uniformiteit gaat goed samen met tijdsefficiency dat bij het boodschappen doen steeds belangrijker is geworden.

Branchevervaging

Met de term branchevervaging wordt geduid op het feit dat bedrijven het assortiment van diensten steeds meer verbreden. Een gelijke ontwikkeling wordt ook wel parallelisatie genoemd. Door middel van cross-selling, het combineren van meerdere producten in een dienst, trachten winkels hun winsten te vergroten. Hierdoor is men eveneens minder afhankelijk van die ene dienst of product dat geleverd wordt. Zelfs bij de Kruidvat kan tegenwoordig een autoverzekering afgesloten worden. Verwant aan branchevervaging is de ontwikkeling genaamd "shop in a shop". Een voorbeeld hiervan is de Bijenkorf met in toenemende mate concessionairs die winkelruimte huren in dat warenhuis (De Soet, 2005: p13).

Gevolgen branchevervaging

De concurrentie wordt steeds groter naarmate meerdere bedrijven zich op dezelfde diensten c.q. producten gaan richten. Dit zal met name voor de kleine zelfstandige ondernemers de strop betekenen. Deze zijn vooral gevestigd aan de onderkant van de winkelhiërarchie, wat betekent dat daar de klappen gaan vallen.

Leegstand

Bij het begrip leegstand moet men goed bedacht zijn op het onderscheid tussen structurele leegstand en tijdelijke leegstand. Leegstand hoeft geen oorzaak te zijn voor het slecht functioneren van winkelcentra, zolang het maar tijdelijk is. Dit geeft slechts de hoge mate van dynamiek van het winkelcentrum weer. Structurele leegstand is daarentegen ongewenst omdat, het de aantrekkelijkheid en het aanzicht van het winkelcentrum aantast (Dasselaar, 2004: p31). Dit heeft tot gevolg dat er minder besteed wordt in het winkelcentrum. Hierdoor zal er op den duur nog meer leegstand ontstaan.

6.3.2 Oorzaken vraagzijde

Een andere kant van waaruit de problematiek benaderd kan worden is de vraagzijde. De belangrijkste veranderingen aan de consumentenzijde zullen hierna besproken worden.

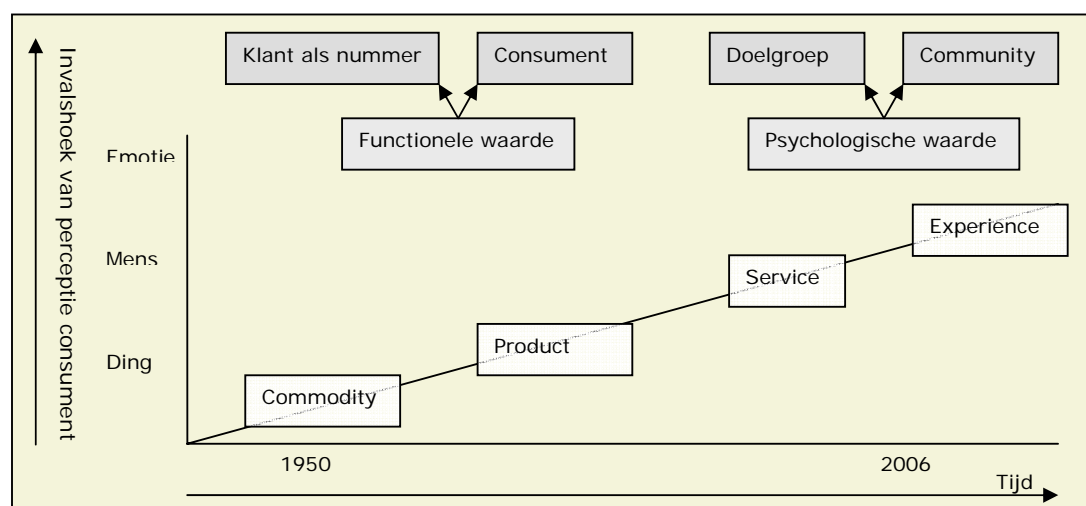
Consumentengedrag

Het gedrag van de consument is de afgelopen decennia sterk veranderd. Waar het winkelen vroeger alleen ging om het product, gaat het tegenwoordig om de emotie, de

beleving van het winkelen. In figuur 6.2 staat het veranderende consumentengedrag schematisch weergegeven. Zoals te zien is verschuift het doelgroepdenken in community denken. De consument krijgt daardoor een veel prominentere rol binnen de bedrijfskolom. Dit uit zich in het steeds grilliger wordende koopgedrag en onvoorspelbare keuzes voor winkeliers (Boersma, 2002: p23).

Deze verandering loopt parallel aan het ontstaan van run- en funshoppen. Bij het runshoppen staat tijdefficiency centraal. Het dagelijks boodschappen doen is tegenwoordig niet meer dan het één of enkele malen in de week routinematig vullen van een winkelwagen in een vooral per auto goed bereikbare supermarkt (Terpstra, 2002: p409). Ook wordt het steeds meer gewoon dat onderweg tussen werk, wonen, school en crèche de boodschappen gedaan worden. Ahold speelt hierop in met grote winkels (AH XL) in wijkwinkelcentra en centrumgebieden. Daarnaast richten zij zich op de vervoersknooppunten met het nieuwe concept AH to go (De Soet, 2005: p37).

Bij funshoppen gaat het om de beleving. Een combinatie van recreatie, vrijetijdsbesteding en winkelen (Duijvestijn, 2006: p47). Een derde gedragstype is het doelgericht aankopen doen, hierbij gaat het om aankopen van duurzame goederen.



Figuur 6.2 Consumentengedrag in de loop der jaren (1950-2006)
Bron: Boersma 2002 bewerkt

Gevolgen veranderd consumentengedrag

De gevolgen laten zich al raden, het winkelaanbod zal zich steeds meer richten op een van de twee gedragsoriëntaties. Aan de ene kant het winkelcentrum dat gericht is op gemak, bereikbaarheid en tijdefficiency. Deze stroming biedt toekomstmogelijkheden voor de wijkwinkelcentra in jaren '60 en '70 wijken. Aan de andere kant staat het themawinkelcentrum dat de consument weet te trekken door de ervaring en emotie van het winkelen. De beleving is dan het voornaamste doel van het winkelen.

Consumentenbestedingen

Consumenten besteden relatief steeds minder geld aan voeding. Daarentegen wordt steeds meer uitgegeven aan diensten, zoals telefonie, verzekeringen en zorg. Het aandeel van de bestedingen aan goederen daalde tussen 1995 en 2005 van ruim 51% naar 46%. In 1995 ging van elke € 1.000,- ging € 165,- naar voedings- en genotmiddelen. In 2005 was dit gedaald naar € 136,-. In deze periode daalde de uitgaven aan duurzame goederen van € 212,- per € 1.000,- naar € 187,-. De uitgaven aan overige goederen is tussen 1995 en 2005 niet veranderd (CBS, 2006).

Gevolgen consumentenbestedingen

De trend van minder bestedingen aan voeding- en genotmiddelen heeft negatieve gevolgen voor met name de wijk- en buurtcentra. Zoals aangegeven moeten vooral deze centra het hebben van de consumptie van dagelijkse goederen. Het veranderende bestedingspatroon werkt de achteruitgang van wijk- en buurtcentra in de hand. Ten gunste van andere winkelgebieden zoals, stadsdeelcentra of de hoofdwinkelgebieden.

Mobiliteit

De consument is door de jaren heen steeds mobieler geworden. Er is in de afgelopen twintig jaar bijna een continue stijging van het aantal auto's te zien (Statline, 2006). Het toegenomen autogebruik heeft tot gevolg dat de consument niet langer dichtbij huis de boodschappen hoeft te doen. Het aantal keuzemogelijkheden is door de toegenomen mobiliteit sterk vergroot. Het idee dat de consument dagelijks boodschappen doet te voet of met de fiets is achterhaald. De huidige consument doet onderweg de boodschappen en wil zoveel mogelijk tijd besparen door activiteiten te combineren. Er wordt gewinkeld op het station, onderweg, bij het kantoor en via het Internet. Er is een verschuiving waarneembaar van nabijheid als planningsprincipe naar bereikbaarheid (Terpstra, 2002).

Gevolgen mobiliteit

Ook deze ontwikkeling heeft negatieve effecten voor de wijkwinkelcentra in jaren '60 en '70 wijken. De consument is niet meer zo trouw en zoekt zijn heil elders. Uiteraard zullen hierdoor een aantal winkelcentra het loodje leggen. Toch biedt de toegenomen mobiliteit ook een kans. Winkelcentra kunnen gaan concurreren op het gebied van bereikbaarheid. De meeste historische binnensteden zijn door hun nauwe stratenpatronen en slechte parkeervoorzieningen een doorn in het oog voor winkelend publiek (Borchert, 1998). Wijkwinkelcentra liggen veelal aan uitvalswegen van de wijk en zijn daardoor goed toegankelijk.

6.4 Kansen

De problematiek die zojuist beschreven is geeft misschien te denken dat er alleen nog maar een "doem-scenario" bestaat voor het winkelaanbod in jaren '60 en '70 wijken. Niets is minder waar, er liggen wel degelijk kansen.

Vergrijzing

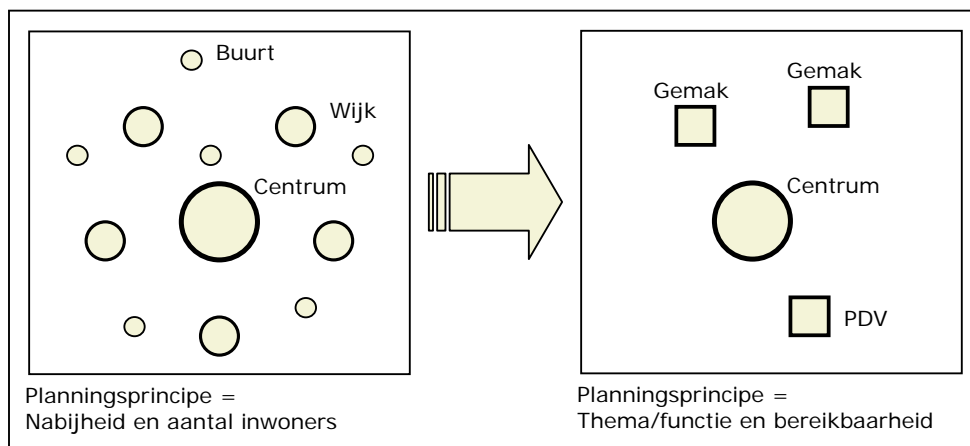
De vergrijzing, die zich vooral voordoet in jaren '60 en '70 wijken biedt perspectief voor de winkelcentra. Ondanks het veranderende bestedingspatroon, wil de oudere consument het liefst dicht bij huis de boodschappen doen. Dit betekent dat er een zekere vraag naar wijkwinkelcentra gewaarborgd blijft. Uit onderzoek van Doornbos (2006: p23) blijkt eveneens dat nabijheid van het winkelcentrum een belangrijke rol speelt bij de koopmotieven van ouderen. Bij de dagelijkse boodschappen is nabijheid het belangrijkste koopmotief. Gaat het om winkelen dan staat de nabijheid op de tweede plaats. Daarnaast is de oudere van de toekomst actiever en heeft over het algemeen meer te besteden dan de oudere van vandaag.

Gemakscentra

In paragraaf 6.3.2 is te lezen dat er zich een tweedeling voor doet tussen functioneel en recreatief shoppen, het zogenaamde run- en funshoppen. De wijkwinkelcentra in jaren '60 en '70 wijken zullen op een van deze stromingen in moeten spelen. En wel op die van functionaliteit, want het nieuwe consumeren bestaat uit gemakdiensten voor drukke alleenstaanden en tweeverdieners (SCP, 2001: p25). Een tweede reden om wijkwinkelcentra te richten op het runshoppen is omdat het funshoppen geconcentreerd is in de stadscentra, dus de hoofdwinkelgebieden.

Een ideaal plaatje zou zijn, dat wijkwinkelcentra kunnen evolueren tot gemakscentra. Waarbij begrippen als bereikbaarheid, parkeergelegenheid, gemak en een ruim aanbod aan producten typerend zijn. Dit kan zich manifesteren in een vorm waarbij er meerdere

complementaire supermarkten en een groot aantal speciaalzaken gevestigd zijn. Een belangrijke voorwaarde is dat er voldoende mogelijkheden zijn om uit te breiden, zoals een parkeerterrein op maaiveld niveau. Uiteraard is dit niet voor alle wijkwinkelcentra weggelegd. De winkelcentra met onvoldoende onderscheidend vermogen, zullen door de concurrentieslag het onderspit delven. Wanneer leegstand een structureel probleem wordt, dan is functieverandering het enige vooruitzicht voor deze "buurtcentra" (De Soet, 2005: p123). Hoe de veranderende winkelstructuur vorm gaat krijgen is schematisch weergegeven in figuur 6.3. Hierdoor zal het aantal winkelcentra afnemen. De afstand tussen de overgebleven winkelcentra zal evenals het oppervlak ervan toenemen. De hiërarchie is nog steeds te zien. Duidelijk zichtbaar zijn de onderlinge verschillen tussen de traditionele winkelhiërarchie en de huidige hiërarchie (De Soet, 2005: p124).



Figuur 6.3 Winkelstructuren veranderen: niet afstand en aantal inwoners wordt bepalend, maar de functie en bereikbaarheid van winkelgebieden. Bron: De Soet, 2005 bewerkt

Het IMK REA heeft over dit onderwerp het volgende gepubliceerd:

'Een gemakscentrum is mogelijk indien het op de specifieke behoefte binnen een wijk inspeelt. Deze behoeften bestaan uit de vraag naar dagelijkse benodigde artikelen en commerciële dienstverlening. Onder bepaalde omstandigheden kan het concept wellicht tot meer uitgroeien dan een 'run-centrum', zodat er mogelijkheden ontstaan voor horeca en andere voorzieningen'. (Gemeente Utrecht, 2000: p19).

Deze beschrijving geeft aan dat er mogelijkheden zijn om uit te groeien tot een deels op runshop gericht winkelgebied. En in bepaalde gevallen zelfs tot een op funshop gericht winkelgebied. Vooral in de weekeinden zal dit een belangrijke rol spelen.

Bereikbaarheid

De mobiliteitsproblemen doen zich, zoals gezegd, vooral voor in de historische binnensteden en in mindere mate bij wijkwinkelcentra. Goede bereikbaarheid hangt nauw samen met functionaliteit. Dat bij de consument hoog in het vaandel staat als het gaat om de dagelijkse boodschappen. Veel wijkwinkelcentra liggen aan wijkontsluitingswegen en zijn daarmee goed bereikbaar. Typerend voor jaren '60 en '70 wijken is de functionele opzet met ruime parkeermogelijkheden op maaiveld niveau. Winkelcentra worden veelal uitgebreid op rondom liggende parkeerterreinen. De opgeofferde parkeerplaatsen komen dan meestal onder het winkelcentrum. De kosten voor deze ingreep zijn hoog en daarom hangt er vaak een (fors) prijskaartje aan het ondergronds parkeren. Mensen die snel een boodschap willen doen worden geconfronteerd met alle ongemakken van betaald parkeren. Dan is er nog het parkeertarief op zich. Mensen betalen graag een paar euro parkeergeld als ze een aantal uur gaan winkelen. Maar als het om een onsje gehakt gaat dan gelden heel andere normen. Deze problematiek vraagt om ingrijpende vernieuwing, vereenvoudiging en verbetering (De Soet, 2005: p39).

6.5 Samenvatting

Zowel de dynamiek in de vraag naar winkels als die in het aanbod ervan zijn debet aan het veranderingsproces in de detailhandel. Aan de aanbodzijde zijn de volgende trends waarneembaar: schaalvergroting, differentiatie, filialisering, branchevervaging en leegstand. Bij de vraagzijde gaat het om: veranderend consumentengedrag, consumentenbestedingen, huishoudensverdunning en toegenomen mobiliteit. Dit samenspel tussen vraag en aanbod heeft uiteindelijk geleid tot de huidige problematiek van winkelcentra. De grotere winkelcentra worden groter ten koste van de kleinere winkelcentra. Feit blijft dat bovengenoemde ontwikkelingen zich niet zomaar laten stoppen. Sterker gezegd, ze zullen gewoon door gaan. De winkelcentra zijn in een heuse concurrentiestrijd beland. De wijkbevolking vormt niet langer het vanzelfsprekende klantenbestand, andere winkelgebieden proberen eveneens consumenten te trekken. Dit zal er toe leiden dat de wijkwinkelcentra een grote verandering moeten ondergaan om aan de huidige wensen van de consument te kunnen voldoen en daardoor rendabeler te presteren.

Willen de wijkwinkelcentra hun voortbestaan zeker stellen, dan zal daarvoor een bepaald marktaandeel nodig zijn. Om het marktaandeel te vergroten kan gebruik gemaakt worden van het concept gemakcentra. Daarbij staat gemakkelijk- en efficiënt boodschappen doen centraal. De wijkwinkelcentra in jaren '60 en '70 wijken bestaan voor het overgrote deel uit dagelijks winkelaanbod. In dit segment van de detailhandel liggen de kansen voor wijkwinkelcentra in jaren '60 en '70 wijken. Een gemakcentrum kan, indien het zeer succesvol is, uitgroeien tot meer dan een gemakcentrum, zoals een funshopping winkelcentrum waarbij de beleving een grotere rol speelt.

Hoofdstuk 7 Resultaten analyse

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de reeds besproken analysemethoden uiteengezet. Zoals het surveyonderzoek, de analyse van de directe en indirecte relatie tussen winkeltevredenheid en de attractiviteit van de woonomgeving. De regressie-analyse en een analyse van de ontwikkeling van de gemiddelde m²-prijzen van woningen. Daarnaast worden de waarnemingen van het veldwerk beschreven. Aan het eind volgen de overige resultaten en een samenvatting van het hoofdstuk.

7.1 Tevreden- en ontevredenheid jaren '60 en '70 wijken

In de enquête is de respondent onder andere gevraagd naar zijn tevredenheid over verschillende kenmerken die de algemene woontevredenheid bepalen. Deze kenmerken kunnen naar vier categorieën ingedeeld worden: de woning, de functionele-, de fysieke- en de sociale woonomgeving. (Voor een overzicht van de complete enquête, de omvang en representativiteit van de steekproef wordt verwezen naar bijlage 1.0 en 1.1.)

Tevredenheid woningkenmerken	Rotterdam	Tilburg	Rijswijk	Den Haag
Indeling woning	7,93	8,03	7,85	7,33
Oppervlak/grootte van de woning	7,80	8,15	7,68	7,20
Aantal kamers	7,61	7,89	7,30	6,61
Onderhoudstaat van de woning	7,50	7,70	7,68	7,11
Buitenruimte (tuin, balkon of dak-/ terras)	7,32	7,49	7,13	6,59
Centrale verwarming	7,77	7,66	7,70	7,02
Isolatie	7,40	7,43	7,52	6,67
Parkeren op eigen terrein	6,18	7,39	6,81	6,53
Kwaliteit badkamer	7,27	7,38	7,02	6,62
Kwaliteit keuken	7,77	7,65	7,33	6,96
Gemiddelde tevredenheid	7,45	7,68	7,40	6,86

Tabel 7.1 Tevredenheid woningkenmerken naar case (groen=boven de gemiddelde tevredenheid rood=onder de gemiddelde tevredenheid) Bron: Surveyonderzoek

Uit bovenstaande tabel is duidelijk af te lezen dat de bewoners van de geselecteerde jaren '60 en '70 wijken, vooral tevreden zijn over de indeling, grootte en onderhoudsstaat van de woning. Aspecten als buitenruimte, isolatie, parkeren op eigen terrein en kwaliteit van de badkamer worden over het algemeen minder goed gewaardeerd. Deze resultaten bevestigen de bevindingen uit de literatuurstudie, waarin isolatie en sanitair ook als slechte kenmerken naar voren kwamen.

Tevredenheid woonomgevingskenmerken functionele	Rotterdam	Tilburg	Rijswijk	Den Haag
Medische voorzieningen	7,71	7,23	7,25	7,45
Speelgelegenheid voor kinderen	6,78	6,52	6,56	6,51
Basisscholen	7,57	7,27	7,34	7,18
Kinderdagverblijf/Crèche	7,24	7,18	7,19	6,95
Sportfaciliteiten	7,41	7,22	7,19	6,80
Sociaal-culturele voorzieningen	6,99	6,84	6,87	6,38
Wijkwinkelcentrum/Wijkwinkelcentra		5,54	7,10	6,75
Hoofdwinkelcentrum	6,64	7,61	8,21	7,54
Horecagelegenheden	5,74	5,49	6,62	5,89
Openbare parkeergelegenheid	6,49	7,17	6,59	7,00
Openbaar vervoer	7,92	7,60	7,83	7,92
Gemiddelde tevredenheid	7,05	6,88	7,16	6,94

Tabel 7.2 Tevredenheid functionele woonomgevingskenmerken naar case (groen=boven de gemiddelde tevredenheid rood=onder de gemiddelde tevredenheid) Bron: Surveyonderzoek

In tabel 7.2 staat de tevredenheid over de functionele woonomgeving weergegeven. Hieruit blijkt dat de respondenten over het algemeen tevreden zijn als het gaat om zaken als medische voorzieningen, basisscholen, kinderdagverblijven, sportfaciliteiten en openbaar vervoer. Zaken waar men minder tevreden over is zijn: speelgelegenheid voor kinderen, sociaal-culturele voorzieningen, de wijkwinkelcentra en horecagelegenheden.

Tevredenheid fysieke woonomgevingskenmerken	Rotterdam	Tilburg	Rijswijk	Den Haag
Bereikbaarheid eigen woning	7,91	7,90	7,89	7,74
Kwaliteit van de wegen en bestrating	6,61	7,24	7,47	6,59
Aantrekkelijkheid bebouwing in de buurt	6,60	7,02	7,05	6,18
Groenvoorzieningen	6,70	7,44	7,55	7,28
Bekladding van muren / gebouwen / rommel op straat	6,22	6,63	7,38	6,23
Gemiddelde tevredenheid	6,81	7,25	7,47	6,80

Tabel 7.3 *Tevredenheid fysieke woonomgevingskenmerken naar case (groen=boven de gemiddelde tevredenheid rood=onder de gemiddelde tevredenheid) Bron: Surveyonderzoek*

De fysieke woonomgeving (tabel 7.3) wordt over het algemeen niet erg hoog gewaardeerd. De respondenten zijn gematigd tevreden over zaken als bekladding van gebouwen, rommel, aantrekkelijkheid van de bebouwing en kwaliteit van de straten. Alleen over de punten bereikbaarheid van de woning en groenvoorzieningen is men bovengemiddeld tevreden.

Tevredenheid sociale woonomgevingskenmerken	Rotterdam	Tilburg	Rijswijk	Den Haag
Overlast van verkeer, jongeren, omwonenden in de buurt	6,49	6,71	6,91	6,21
Verkeersveiligheid	6,77	7,11	7,08	6,90
Veilig voelen in de buurt	6,96	6,84	7,50	6,66
Vandalisme (vernielingen van telefooncellen, tram- of bushaltes)	6,49	6,61	7,17	6,25
Bevolkingssamenstelling in uw buurt (inkomen, opleiding, etnische samenstelling)	6,91	6,48	7,24	6,20
Saamhorigheid / thuis voelen / gezelligheid in de buurt	6,46	6,54	6,86	5,94
Gemiddelde tevredenheid	6,68	6,72	7,13	6,36

Tabel 7.4 *Tevredenheid sociale woonomgevingskenmerken naar case (groen=boven de gemiddelde tevredenheid rood=onder de gemiddelde tevredenheid) Bron: Surveyonderzoek*

De sociale woonomgeving is eveneens een punt van zorg. Ook hier is de tabel overheersend rood gekleurd. Dit heeft te maken met zaken als, overlast van verkeer, jongeren of omwonenden in de buurt, vandalisme en saamhorigheid/ thuis voelen in de buurt. Deze kenmerken worden onder het gemiddelde gewaardeerd. Positieve aspecten van de sociale woonomgeving zijn, verkeersveiligheid en veilig voelen in de buurt.

Samengevat

De respondenten zijn over het algemeen tevreden over de woning en de functionele woonomgeving. Binnen deze categorieën kenmerken zijn de respondenten het minst tevreden over de buitenruimte, de isolatie, het parkeren op eigen terrein en de kwaliteit van de badkamer. Qua voorzieningen moeten vooral de speelgelegenheid voor kinderen, de sociaal-culturele voorzieningen, de wijkwinkelcentra (met uitzondering van Rijswijk) en de horecagelegenheden het ontgelden. De fysieke gesteldheid van de geselecteerde wijken verdient ook geen schoonheidsprijs als het gaat om zaken als bekladding van gebouwen, rommel, aantrekkelijkheid van de bebouwing en kwaliteit van de straten. Tot slot het sociale aspect van de woonomgeving. De respondenten bleken over het algemeen het minst tevreden te zijn over vandalisme, de overlast van verkeer/jongeren/omwonenden en de saamhorigheid/het thuis voelen. Voor een overzicht van het belang van de omgevingskenmerken en een procentuele weergave van de resultaten wordt verwezen naar bijlage 1.2 en respectievelijk bijlage 1.3.

7.2 Tevredenheid opgeknapt en niet opgeknapt winkelaanbod

De tevredenheid over het winkelaanbod is in algemene zin en in specifieke zin gemeten. Hoe tevreden is men over het hoofdwinkelcentrum in het algemeen? Is er verschil in tevredenheid tussen een opgeknapt en niet opgeknapt winkelcentrum? De resultaten die nodig zijn om deze vragen te kunnen beantwoorden komen in deze paragraaf aan bod. De specifieke tevredenheid gaat in op kenmerken van een winkelcentrum zoals; bereikbaarheid, kwaliteit van de winkels, parkeergelegenheid en veiligheid. De tevredenheid over deze kenmerken is afgezet tegen het belang ervan. Door een grafische weergave wordt in één oogopslag duidelijk hoe belangrijk de verschillende aspecten van het winkelaanbod gevonden worden en hoe tevreden men er over is. Meer hierover in paragraaf 7.2.2.

7.2.1 Tevredenheid winkelaanbod in algemene zin

Hoe tevreden de respondenten zijn over hun hoofdwinkelcentrum staat weergegeven in tabel 7.5. Het gerevitaliseerde winkelcentrum 'In de Bogaard' wordt veruit het best gewaardeerd. De respondenten in Rotterdam zijn veruit het minst tevreden over winkelcentrum 'Zevenkamp', dat niet opgeknapt is.

Tevredenheid hoofdwinkelgebied	
Zevenkamp (niet opgeknapt)	6,64
Wagnerplein (niet opgeknapt)	7,61
Leyweg (opgeknapt)	7,54
In de Bogaard (opgeknapt)	8,21

Tabel 7.5 Tevredenheid hoofdwinkelgebied
Bron: Surveyonderzoek $n=1200$

Als winkelcentrum 'In de Bogaard' vergeleken wordt met de niet opgeknapte winkelcentra, dan is duidelijk dat het opgeknapte winkelcentrum hoger gewaardeerd wordt dan de niet opgeknapte winkelcentra. Gezien het verschil in oppervlakte tussen de winkelcentra is dit niet verwonderlijk, winkelcentrum 'In de Bogaard' is aanzienlijk groter dan winkelcentrum 'Zevenkamp' en 'Wagnerplein'.

Een heel ander beeld ontstaat als de tevredenheid over het 'Wagnerplein' vergeleken wordt met de tevredenheid over de 'Leyweg'. Het 'Wagnerplein' wordt, tegen de verwachting in, hoger gewaardeerd dan het winkelcentrum de 'Leyweg'. Dit is opvallend, want het opgeknapte winkelcentrum wordt lager gewaardeerd dan het niet opgeknapte winkelcentrum. Een verklaring kan misschien gezocht worden in de tevredenheid over de wijkwinkelcentra. Mogelijkerwijs gebruiken de respondenten de wijkwinkelcentra als een soort spiegel. Men vergelijkt het hoofdwinkelgebied met het wijkwinkelcentrum. Omdat er in Tilburg-Noord één wijkwinkelcentrum is, vergelijkt men het 'Wagnerplein' misschien met het 'Verdiplein'. De respondenten in Tilburg zijn zeer ontevreden over dit wijkwinkelcentrum (zie tabel 7.2). Het zou kunnen dat daardoor het 'Wagnerplein' overgewaardeerd wordt.

Vanuit de andere kant bezien, winkelcentrum 'Leyweg' scoort qua tevredenheid lager dan het niet opgeknapte winkelcentrum 'Wagnerplein'. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat de respondenten in Den Haag geografisch gezien meer verspreid zijn dan in de andere cases het geval is. Of wel de respondenten in Den Haag wonen gemiddeld genomen verder van het hoofdwinkelcentrum dan in de overige cases het geval is. Dit kan de tevredenheid over het hoofdwinkelcentrum 'Leyweg' negatief beïnvloeden.

Het feit dat men zeer ontevreden is over het wijkwinkelcentrum in Tilburg en dat de bewoners in Den Haag op een grotere afstand wonen van het hoofdwinkelcentrum zouden een verklaring kunnen geven dat het opgeknapte winkelcentrum 'Leyweg' lager gewaardeerd wordt dan het niet opgeknapte 'Wagnerplein'.

Desalniettemin is er geen eenduidig verschil tussen de tevredenheid over een opgeknapt en niet opgeknapt winkelcentrum waargenomen.

7.2.2 Tevredenheid winkelaanbod in specifieke zin

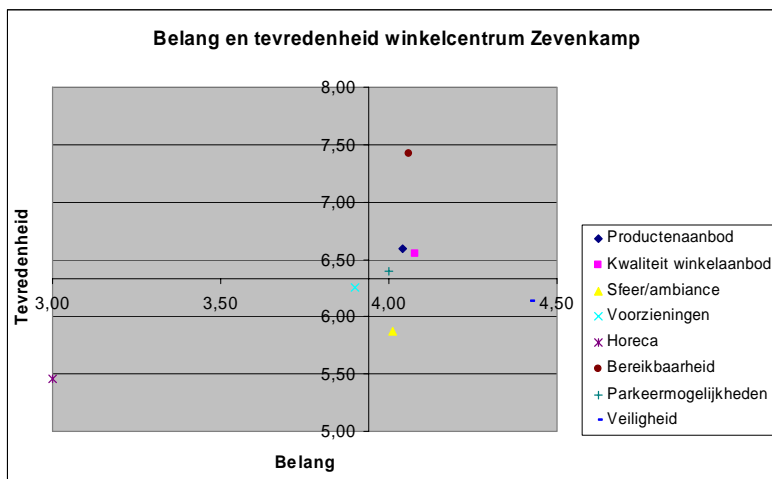
Een winkelcentrum wordt door verschillende aspecten gekenmerkt, zoals: productenaanbod, kwaliteit winkelaanbod, sfeer/ambiance, voorzieningen, horeca, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden en veiligheid. De respondenten hebben bij elk kenmerk hun tevredenheid gegeven.

De resultaten over deze specifieke tevredenheid staan in grafieken die enige toelichting vereisen. De Y-as geeft de gemiddelde tevredenheid over de kenmerken weer. Waarbij de 0-lijn gelijk is gezet aan de gemiddelde tevredenheid van alle kenmerken. Scoort een kenmerk onder dit gemiddelde dan komt deze in de onderste helft van de grafiek te staan. De X-as geeft het belang van elk kenmerk weer. De 0-lijn staat ook hier gelijk aan het gemiddelde belang van alle kenmerken. Dus wanneer een kenmerk boven het gemiddelde scoort dan komt deze in de rechter helft van de grafiek te staan. Uiteindelijk resulteert dit in een grafiek met vier vlakken. Vooral het vlak 'rechtsonder' is van belang, omdat de hier genoemde aspecten verbeterd kunnen worden en die eveneens belangrijk gevonden worden. Voor een cijfermatige weergave van de resultaten wordt verwezen naar bijlage 1.4.

Linksboven: Men is tevreden en vindt het kenmerk onbelangrijk.
Linksonder: Men is ontevreden en vindt het kenmerk onbelangrijk
Rechtsboven: Men is tevreden en vindt het kenmerk belangrijk
Rechtsonder: Men is ontevreden en vindt het kenmerk belangrijk

Rotterdam

In de wijk Zevenkamp is alleen het winkelcentrum 'Zevenkamp' gevestigd. De respondenten zijn het meest lovend over de bereikbaarheid ervan. Als het gaat om veiligheid en de sfeer van het winkelcentrum dan kan er nog het één en ander verbeterd worden. De horeca scoort, zo als vaker is gezien, slecht. Ook wordt er wederom weinig belang aangehecht. De veiligheid is een uitschieter. De bewoners zijn er ontevreden over en vinden veiligheid het meest belangrijke aspect van het winkelcentrum.

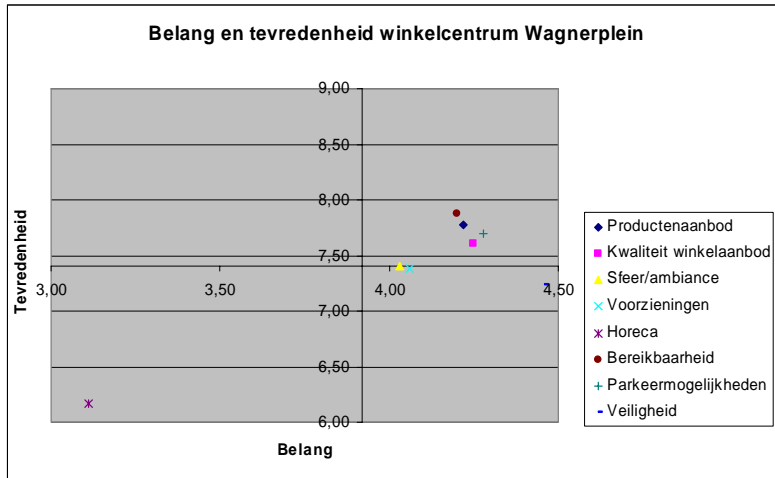


Figuur 7.1 Belang en Tevredenheid Ambachtsplein Rotterdam

N=286

Tilburg

De geënquêteerden zijn vreemd genoeg zeer tevreden over het 'Wagnerplein'. Dit is opmerkelijk, omdat het winkelcentrum verouderd is en er niet erg aantrekkelijk uitziet in vergelijking met de modernere centra zoals 'In de Bogaard' en 'Leyweg'. Het enige punt waar men ontevreden over is, is het horeca-aanbod en veiligheid.

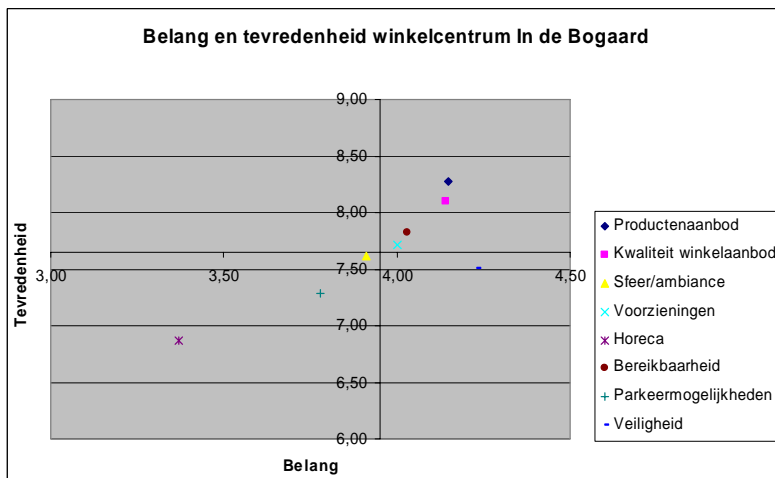


Figuur 7.2 Belang en Tevredenheid 'Wagnerplein' Tilburg

N=294

Rijswijk

Het hoofdwinkelgebied 'In de Bogaard' wordt een stuk beter gewaardeerd, dan het 'Wagnerplein' en 'Zevenkamp'. Dit is niet vreemd gezien de verschillen in omvang en aanbod. Het Horeca-aanbod is nog steeds 'het lelijke eendje' maar wint wel aan belang en tevredenheid. Dus des te beter het Horeca-aanbod gewaardeerd wordt des te belangrijker men het gaat vinden. Het productaanbod scoort het hoogste op tevredenheid. Over de parkeermogelijkheden is men niet heel erg tevreden. Het is aannemelijk dat dit samenhangt met het feit dat het betaald en ondergronds parkeren is.

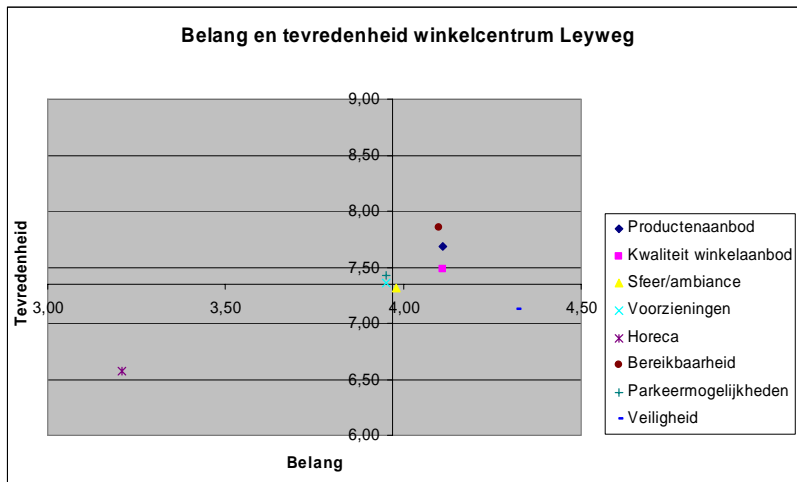


Figuur 7.3 Belang en Tevredenheid winkelcentrum 'In de Bogaard'

N=290

Den Haag

In Den Haag waren de respondenten tevreden over bijna alle kenmerken van winkelcentrum 'Leyweg'. Men is het meest tevreden over de bereikbaarheid, gevolgd door het productaanbod. Ook hier is de Horeca het slechtst gewaardeerd.



Figuur 7.4 Belang en Tevredenheid winkelcentrum 'Leyweg'

N=252

Samengevat

Als er gekeken wordt naar de verschillen tussen opgeknapte en niet opgeknapte winkelcentra, dan valt er weinig op. De enige opvallende punten zijn, indien het winkelcentrum opgeknapt is, men minder belang hecht aan veiligheid. Waarschijnlijk omdat men er zich veiliger voelt. Daarnaast wordt het horeca-aanbod beter gewaardeerd en wordt het belangrijker gevonden als het winkelcentrum opgeknapt is.

Aspecten als productenaanbod, bereikbaarheid en kwaliteit winkelaanbod worden gelijk gewaardeerd voor zowel opgeknapte als niet opgeknapt winkelcentra. Dit heeft waarschijnlijk te maken met het principe van gewenning. Als bewoners eenmaal aan een bepaalde situatie gewend zijn geraakt, dan waardeert men het ook op die manier. Dan maakt het dus niet meer uit of het is opgeknapt of niet, omdat men op een bepaald moment aan de situatie gewend is geraakt.

7.3 Directe relatie winkeltevredenheid en woningprijzen

In het onderzoek is nagegaan of er een verband bestaat tussen de tevredenheid over het winkelaanbod en de woningprijsklasse. Of wel stijgt de winkeltevredenheid naarmate de woningprijzen of huurprijzen stijgen? Om deze directe relatie tussen de winkeltevredenheid en de woningprijs/huurprijs aan te tonen is in het onderzoek gebruik gemaakt van verschillende bronnen. De gebruikte gegevens zijn afkomstig uit de enquêteresultaten en het WBO.

Na het zorgvuldig bestuderen van deze data, is uit zowel de enquêteresultaten als het WBO gebleken dat er geen direct verband bestaat tussen de tevredenheid over het winkelaanbod en de woningprijs of huurprijs. Anders gezegd, hogere woningprijzen of huurprijzen leiden niet direct tot hogere winkeltevredenheid. En vice versa een hogere winkeltevredenheid leidt niet tot een hogere woningprijs of huurprijs.

Omdat er geen directe relatie is aangetoond tussen winkeltevredenheid en de woningprijzen c.q. huurprijzen, is gekeken of er misschien een indirecte relatie bestaat.

7.4 Indirecte relatie winkeltevredenheid en woningprijzen

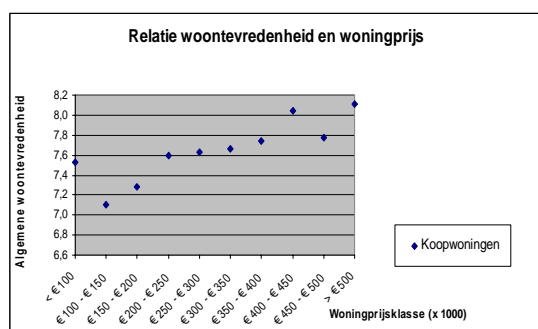
Zoals in het conceptueel model in hoofdstuk 3 beschreven is, hangt de winkeltevredenheid samen met de algemene woontevredenheid. De algemene woontevredenheid hangt weer samen met de (huur)prijzen van de woning. Zo staat de tevredenheid over het winkelaanbod indirect in relatie met de woningprijzen en

huurprijzen. Om deze indirecte relaties aan te tonen zijn wederom de enquêteresultaten en het WBO gebruikt.

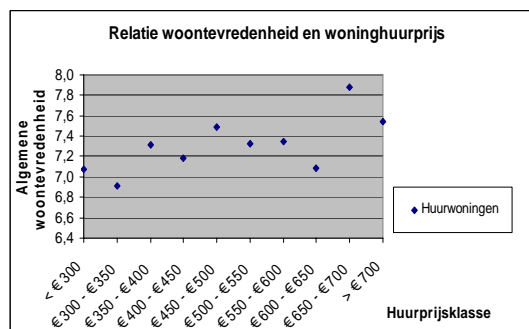
7.4.1 Relatie algemene woontevredenheid en woningprijzen

Enquêteresultaten

De enquêteresultaten laten zien dat er een sterke relatie bestaat tussen de algemene woontevredenheid en de prijsklasse van de woning. Het blijkt dat naarmate de woontevredenheid toeneemt de woningprijsklasse hoger is. Dit geldt eveneens voor huurwoningen, hogere huurprijzen laten een hogere algemene woontevredenheid zien. In figuur 7.5 en 7.6 zijn deze verbanden weergegeven. De correlatie in figuur 7.5 is 0,204 en significant de correlatie in figuur 7.6 is 0,077 en is eveneens significant. Een nadere uitwerking van de statistische correlatie, staat weergegeven in bijlage 2.1.



Figuur 7.5 Woontevredenheid en woningprijs
Bron: Surveyonderzoek n=368

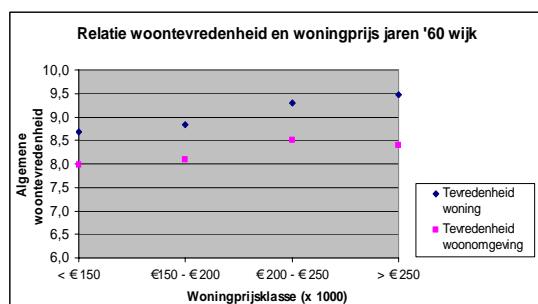


Figuur 7.6 Woontevredenheid en huurprijs
Bron: Surveyonderzoek n=436

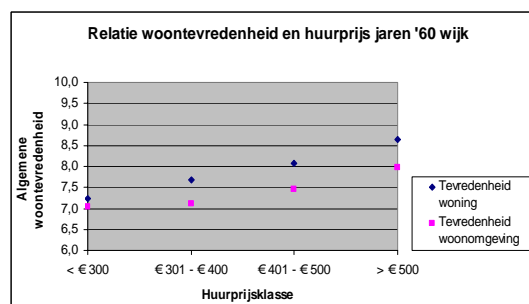
WBO

Niet alleen uit de enquêteresultaten blijkt dat er een verband bestaat tussen algemene woontevredenheid en woningprijzen, ook uit het WBO komt deze relatie sterk naar voren. Het WBO maakt echter geen onderscheid naar algemene woontevredenheid. Het WBO maakt wel onderscheid naar woonomgevingtevredenheid en tevredenheid over de woning zelf. Deze twee variabelen zijn te vergelijken met de algemene woontevredenheid die gemeten is in het surveyonderzoek. De twee woning- en woonomgevingtevredenheid zijn gekoppeld aan de woning- en huurprijzen in zowel jaren '60 als jaren '70 wijken. De relaties staan weergegeven in figuur 7.7 t/m figuur 7.10. In het WBO is de schaal van de tevredenheid tegenovergesteld aan de schaal van de tevredenheid in de enquête. Dus als de tevredenheid in de enquête één scoort dan is men zeer ontevreden, bij het WBO is dit tegenovergesteld, een één betekent hier juist zeer tevreden. Daarom is de schaal van het WBO omgerekend naar de schaal van de enquête.

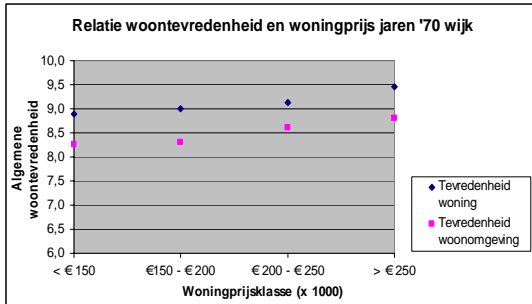
De correlatie in figuur 7.7 is voor de tevredenheid over de woonomgeving en de woningprijs 0,096 en is significant. In figuur 7.8 is de correlatie van de tevredenheid over de woonomgeving en de huurprijs 0,092. Deze relatie is eveneens significant.



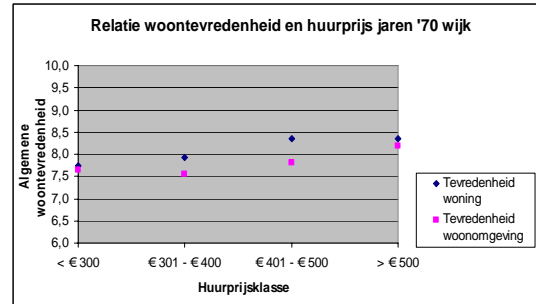
Figuur 7.7 Woontevredenheid en woningprijs '60
Bron: WBO, 2002 n=622



Figuur 7.8 Woontevredenheid en huurprijs '60
Bron: WBO, 2002 n=1299



Figuur 7.9 Woontevredenheid en woningprijs '70
Bron: WBO, 2002 n=1242



Figuur 7.10 Woontevredenheid en huurprijs '70
Bron: WBO, 2002 n=1163

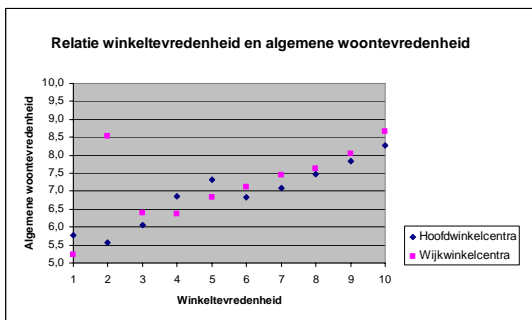
De correlatie tussen de woningprijs en de tevredenheid over de woonomgeving (figuur 7.9) is 0,111 en is significant. De correlatie in figuur 7.10 is 0,081, deze correlatie is ook significant. Een nadere beschrijving van de correlaties staat in bijlage 2.2. Zoals uit voorgaande figuren blijkt is de woonomgevingtevredenheid in jaren '60 en jaren '70 wijken hoger naarmate de huurprijs of woningprijs toeneemt. Hetzelfde geldt voor de tevredenheid over de woning, deze neemt ook toe naarmate de woningprijs of huur toeneemt.

7.4.2 Relatie winkeltevredenheid en algemene woontevredenheid

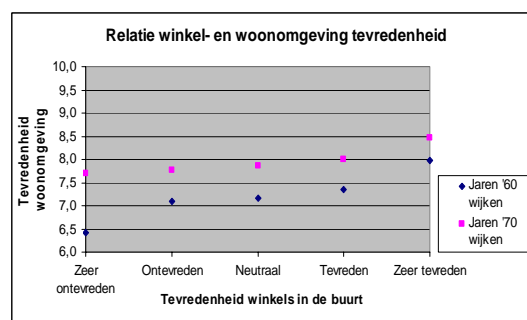
Het is gebleken dat er ook een positieve relatie bestaat tussen de tevredenheid over het winkelaanbod en de algemene woontevredenheid. Dit betekent dat naarmate de tevredenheid over het winkelaanbod toeneemt de algemene woontevredenheid eveneens toeneemt. De verklaring ligt voor de hand omdat het winkelaanbod een belangrijk aspect is van de functionele woonomgeving. Om de relatie tussen winkeltevredenheid en algemene woontevredenheid aan te kunnen tonen zijn wederom de enquêteresultaten en het WBO geraadpleegd.

Enquêteresultaten

Uit figuur 7.11 is af te lezen dat naarmate de tevredenheid van het winkelaanbod toeneemt de algemene woontevredenheid eveneens toeneemt. Dit geldt voor zowel de wijkwinkelcentra als het hoofdwinkelgebied. Opvallend is de uitschieter van een respondent die zeer ontevreden is over het wijkwinkelaanbod terwijl degene wel tevreden is over het algemene woongenot. De correlatie in figuur 7.11 is voor de hoofdwinkelcentra 0,328 en voor de wijkwinkelcentra 0,308. Beide relaties zijn significant. Een verdere uitwerking van de statistische samenhang tussen de variabele algemene woontevredenheid en winkeltevredenheid staat in bijlage 2.3.



Figuur 7.11 Winkel- en algemene woontevredenheid
Bron: Surveyonderzoek n=1228



Figuur 7.12 Winkel- en woonomgevingtevredenheid
Bron: WBO, 2002 n=4317

WBO

Ook de data uit het WBO laten een duidelijke relatie zien tussen de tevredenheid van het winkelaanbod en de tevredenheid over de woonomgeving (figuur 7.12). De correlatie is 0,66 voor jaren '60 wijken, voor jaren '70 wijken is dit 0,154. Ook hier is de correlatie tussen de relaties significant. Omdat het WBO geen beschikking heeft over de algemene woontevredenheid is de winkeltevredenheid gekoppeld aan de woonomgeving-tevredenheid. De correlatie staat uitgebreider beschreven in bijlage 2.4.

7.5 Hedonische prijsmethode

Zojuist is aangetoond dat er een significante relatie bestaat tussen de algemene woontevredenheid en de woningprijs en dat er een significante relatie bestaat tussen de tevredenheid over het winkelaanbod en de algemene woontevredenheid. Het is niet duidelijk geworden in *welke* mate het winkelaanbod bepalend is voor de algemene woontevredenheid. Om dit te achterhalen is gebruik gemaakt van de hedonische prijsmethode. De hedonische prijsmethode ziet de prijs van een woning als een bundeling van kenmerken. Door middel van een regressie-analyse kan gekeken worden in welke mate een kenmerk samenhangt met de woningprijs.

Omdat in dit onderzoek geen directe relatie is aangetoond tussen het winkelaanbod en de woningprijs, wordt gekeken naar de relatie tussen het winkelaanbod en de algemene woontevredenheid. Er wordt dus onderzocht in hoeverre het winkelaanbod en ook andere woonomgevingskenmerken de algemene woontevredenheid beïnvloeden en indirect dus ook de woningprijs beïnvloeden. Voor een uitgebreide beschrijving van de hedonische prijsmethode wordt verwezen naar bijlage 3.0

7.5.1 Regressie analyse met alle woonomgevingskenmerken

In het regressiemodel is de afhankelijke variabele *de algemene woontevredenheid*. De onafhankelijke variabelen zijn *de 32 woonomgevingsvariabelen*. De algemene woontevredenheid is gecorrigeerd naar het belang ervan. Ook de tevredenheid per omgevingsvariabele is gecorrigeerd naar het belang ervan. De waarden van deze variabelen vormen de input voor de regressie-analyse. De regressie is telkens volgens de forward methode opgebouwd. Dit houdt in dat het model steeds een variabele toevoegt die de grootste significante bijdrage levert aan de verklaarde variantie³. Dit gaat net zolang door, totdat er geen variabelen meer zijn die een significante bijdrage leveren aan verklaarde variantie (R^2). Het eindresultaat is een aantal variabelen dat een significante relatie heeft met de algemene woontevredenheid. Van alle variabelen die meegenomen zijn in het model kunnen deze variabelen het best gebruikt worden om voorspellingen te doen over de algemene woontevredenheid. Dit is echter niet het doel van de regressie-analyse in dit onderzoek. De regressie-analyse kan eveneens gebruikt worden om de invloed van verschillende onafhankelijke variabelen op de afhankelijke variabele te achterhalen. Met deze insteek is de regressie-analyse gebruikt in dit onderzoek. De resultaten hiervan staan weergegeven in tabellen. Hierin staan alleen de variabelen die een significante bijdrage leveren aan de verklaarde variantie van de afhankelijke variabele of wel de algemene woontevredenheid. De variabelen staan op volgorde van meest significant tot minst significant. Voor een totaal overzicht van de uitkomsten wordt verwezen naar bijlage 3.1, hierin staan ook de niet-significante bijdragen van de overige variabelen.

³ De variantie is een meeteenheid voor de spreiding van de datawaarden rond het gemiddelde. De verklaarde variantie (R^2) is het deel van deze spreiding dat verklaard kan worden (Norusis, 2000: p96).

Rotterdam

Tabel 7.6 laat de variabelen zien die in het samengestelde model een significant verband hebben met de afhankelijke variabele, algemene woontevredenheid.

De bevolkingssamenstelling heeft de sterkste relatie met de algemene woontevredenheid. Alle significante variabelen tonen een positief verband met de afhankelijke variabele. Dit houdt in dat naarmate de tevredenheid van de omgevingsvariabelen toeneemt de algemene woontevredenheid eveneens toeneemt.

Het oordeel over hoofdwinkelcentrum 'Zevenkamp' vertoont ook een significante relatie met de algemene woontevredenheid.

Variabele	Significantie
Bevolkingssamenstelling in uw buurt (inkomen, opleiding, etnische samenstelling)	0,0000007
Vandalisme (vernielingen van telefoocellen, tram- of bushaltes)	0,0000014
Speelgelegenheid voor kinderen	0,0000096
Centrale verwarming	0,0000260
Kwaliteit van de wegen en bestrating	0,0005095
Buitenruimte (tuin, balkon of dak-/ terras)	0,0008166
Hoofdwinkelcentrum Zevenkamp	0,0036381
Onderhoudstaat van de woning	0,0135258
Sportfaciliteiten (zoals zwembad of fitness)	0,0149246
Indeling woning	0,0386703

Tabel 7.6 Significante variabelen in regressiemodel Rotterdam

Tilburg

In Tilburg laten zeven van de 32 variabelen een significant verband zien met de algemene woontevredenheid. Opvallend is dat het wijkwinkelcentrum 'Verdiplein' de sterkste relatie vertoont. Deze variabele is het meest significant. Dit heeft te maken met het feit dat men zeer ontevreden is over dit winkelcentrum.

De centrale verwarming heeft als enige variabele een negatief verband. Dit betekent dat naarmate de tevredenheid over de centrale verwarming toeneemt de algemene woontevredenheid afneemt. Dit is zeer vreemd, omdat de relatie positief is als er geen overige variabelen meegenomen worden. Kortom de andere variabelen beïnvloeden de variabele centrale verwarming negatief.

Variabele	Significantie
Wijkwinkelcentrum Verdiplein	0,00000003
Basisscholen	0,00000038
Aantrekkelijkheid bebouwing in de buurt	0,00001650
Bereikbaarheid met openbaar vervoer	0,00059571
Centrale verwarming	0,00180028
Kwaliteit keuken	0,00424544
Parkeren op eigen terrein	0,00437059

Tabel 7.7 Significante variabelen in regressiemodel Tilburg

Rijswijk

Maar liefst tien van de 32 variabelen hebben een significant verband met de algemene woontevredenheid in de case Rijswijk. De onderhoudsstaat van de woning heeft in Rijswijk de sterkste relatie met de algemene woontevredenheid.

Variabele	Significantie
Onderhoudsstaat van de woning	0,00001950
Bereikbaarheid eigen woning	0,00006203
Medische voorzieningen	0,00060409
Sportfaciliteiten (zoals zwembad of fitness)	0,00093961
Buitenruimte (tuin, balkon of dak-/ terras)	0,00145999
Aantrekkelijkheid bebouwing in de buurt	0,00244058
Bekladding van muren en / of gebouwen / rommel op straat	0,00588664
Parkeren op eigen terrein	0,01543930
Centrale verwarming	0,03617791
Kwaliteit keuken	0,05952419

Tabel 7.8 Significante variabelen in regressiemodel Rijswijk

Den Haag

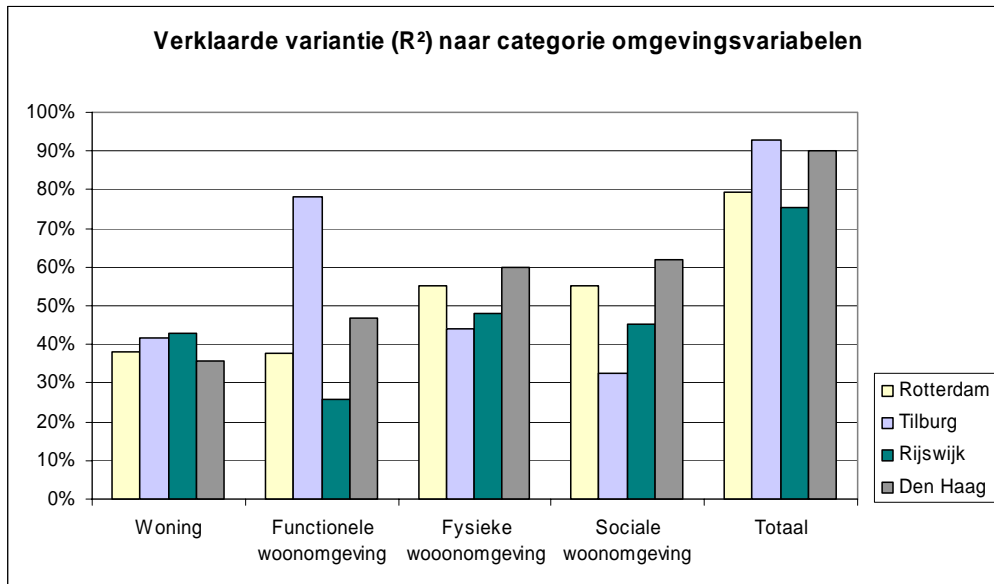
In de case Den Haag blijken in het model slechts vijf van de 32 variabelen een significante relatie te hebben met de afhankelijke variabele algemene woontevredenheid. De kwaliteit van de badkamer heeft het sterkste verband. Opvallend genoeg staat het hoofdwinkelcentrum 'Leyweg' er ook tussen.

Variabele	Significantie
Kwaliteit badkamer	0,00000010
Bereikbaarheid eigen woning	0,00000176
Groenvoorzieningen	0,01099913
Aantrekkelijkheid bebouwing in de buurt	0,01216222
Hoofdwinkelcentrum 'Leyweg'	0,01328062

Tabel 7.9 Significante variabelen in regressiemodel Den Haag

De zojuist getoonde resultaten zijn gebaseerd op een forward regressie-analyse. Daarin zijn alle te onderscheiden variabelen meegenomen. De percentages van de totale verklaarde variantie, die bij deze regressie-analyses horen, staan weergegeven in figuur 7.13 onder de kolom totaal. Het is niet alleen interessant om naar de verklaarde variantie (R^2) van de gehele lijst met omgevingsvariabelen te kijken. Het is tevens interessant om te kijken hoe sterk een afzonderlijke categorie variabelen de variantie kan verklaren. Zo wordt duidelijk welke categorie variabelen de grootste bijdrage levert. Daarom is voor elke categorie omgevingsvariabelen een aparte regressie-analyse uitgevoerd. De percentages R^2 staan weergegeven in onderstaande figuur.

De woning heeft in elke case ongeveer dezelfde invloed op de algemene woontevredenheid. Bij de functionele woonomgeving is dit geheel anders. Vooral in Tilburg verklaart de functionele woonomgeving het grootste gedeelte van de algemene woontevredenheid. Dit hangt samen met de grote invloed van de tevredenheid over het 'Verdiplein', die in de totale regressie-analyse als meest significante variabele naar voren komt (zie tabel 7.7).



Figuur 7.13 Verklaarde variantie van de algemene woontevredenheid naar categorie omgevingsvariabelen

Afgezien van Tilburg, valt aan de vorm van de samengestelde kolommen op dat, Den Haag telkens de hoogst verklaarde variantie heeft gevolgd door Rotterdam en dan Rijswijk. Bij Rijswijk valt op dat de variantie in de algemene woontevredenheid het minst verklaard wordt door de functionele woonomgeving. De sociale woonomgeving heeft de meeste invloed op de algemene woontevredenheid voor zowel Rotterdam als Den Haag. Voor Tilburg is dat de functionele woonomgeving en voor Rijswijk de fysieke woonomgeving. De minst verklarende categorie is voor Tilburg de sociale woonomgeving, voor Rijswijk en Rotterdam de functionele woonomgeving en voor Den Haag de woning zelf.

7.5.2 Regressie-analyse met enkel winkelaanbod

Het belang van het winkelaanbod is reeds gemeten in samenhang met andere functionele omgevingsvariabelen. Het is ook zinvol om te zien hoe de variabele zich individueel verhoudt tot de algemene woontevredenheid. De uitkomsten hiervan worden in deze paragraaf beschreven.

Duidelijk is dat in Tilburg de invloed van het 'Verdiplein' boekdelen spreekt. In Den Haag heeft de 'Leyweg' eveneens een significante relatie met de algemene woontevredenheid. En in Rotterdam heeft het hoofdwinkelcentrum 'Zevenkamp' ook een significante relatie met de algemene woontevredenheid. Om na te gaan hoe sterk deze afzonderlijke variabele zich verhoudt tot de algemene woontevredenheid, zijn regressie-analyses uitgevoerd voor de variabele wijkwinkelcentrum en hoofdwinkelcentrum afzonderlijk. In Rotterdam is alleen een regressie-analyse gedaan voor het wijkwinkelcentrum.

Tabel 7.10 laat nogmaals zien hoe sterk de relatie is tussen de algemene woontevredenheid en de tevredenheid over het wijkwinkelcentrum. Alleen Rijswijk laat geen significante relatie zien. Ook hier is Tilburg een buitenbeentje, het 'Verdiplein' verklaart in deze regressie-analyse zelfs 31% van de variantie van algemene woontevredenheid.

Wijkwinkelcentrum	Tilburg	Rijswijk	Den Haag
Verklaarde variantie R ²	31%	2%	7%
Significantie	0,000000	0,085508	0,004107

Tabel 7.10 Regressie-analyse met één onafhankelijke variabele wijkwinkelcentrum

In tabel 7.11 staat weergegeven of de tevredenheid van het hoofdwinkelcentrum een significante bijdrage levert aan de algemene woontevredenheid. In het geval van Tilburg wordt 4% van de variantie in de algemene woontevredenheid verklaard door de tevredenheid over het 'Wagnerplein'. In Rijswijk is dit slechts 2% en hier is de bijdrage ook niet significant. In Den Haag is een hoge significante bijdrage van 9% door de tevredenheid over winkelcentrum 'Leyweg'. In Rotterdam is ook een sterke relatie aangetoond, hier wordt 7% verklaard door het hoofdwinkelcentrum.

Hoofdwinkelcentrum van de wijk	Rotterdam	Tilburg	Rijswijk	Den Haag
Verklaarde variantie R ²	7%	4%	2%	9%
Significantie	0,000053	0,00187461	0,01800938	0,00001817

Tabel 7.11 Regressie-analyse met één onafhankelijke variabele hoofdwinkelcentrum

De resultaten van de regressie-analyse geven aan dat het winkelaanbod geen geringe rol speelt bij de algemene woontevredenheid. Niet alleen uit de enquête blijkt dat het winkelaanbod een belangrijke rol speelt, maar ook uit het WBO blijkt dat inwoners van jaren '60 en '70 wijken een bijzondere waarde hechten aan het winkelaanbod.

Door middel van een T-toets voor twee onafhankelijke steekproeven is gekeken naar het verschil in het gemiddelde belang tussen jaren '60 wijken en *niet* jaren '60 wijken. Ook is een T-toets gedaan voor jaren '70 wijken en *niet* jaren '70 wijken. Uit het WBO blijkt dat bewoners van jaren '60 en '70 wijken, gemiddeld gezien, significant meer belang hechten aan het winkelaanbod dan men in *niet* jaren '60 en '70 wijken doet. Dit heeft vooral te maken met het feit dat er in deze wijken veel nabijgelegen winkelaanbod is. Voor een nadere uitleg van de T-toets en de resultaten wordt verwezen naar bijlage 4.0.

7.6 Analyse van ontwikkeling m²-prijzen van woningen

Er is gekeken naar de ontwikkeling van de transactiepreisen van de vier cases. Hierin is bij elke case naar elk afzonderlijk postcodegebied gekeken hoe de m²-prijzen zich ontwikkeld hebben. Alleen de postcodegebieden/wijken waarbij interessante ontwikkelingen zijn te zien worden in dit hoofdstuk besproken. De prijsontwikkelingstabellen van de wijken die in dit hoofdstuk buiten beschouwing zijn gelaten staan in bijlage 5. De m²-prijsontwikkeling van woningen is gebaseerd op de gegevens van de NVM. Deze cijfers zijn aangeleverd per postcodegebied. De resultaten worden door middel van tabellen weergegeven. Hierin staat het jaartal, het aantal transacties, de gemiddelde m²-prijs en de jaarlijkse groei van de prijzen in zowel de wijk als in de gemeente. Deze vergelijking laat zien hoe de gemiddelde m²-prijzen zich ontwikkeld hebben.

Om een beeld te krijgen van wat het duurdere segment van de woningmarkt is zijn de gemiddelde prijzen per case berekend, deze staan weergegeven in tabel 7.12. Hieruit blijkt dat de gemiddelde transactie- en m²-prijzen nogal uiteen lopen. In Den Haag liggen de prijzen ver onder het niveau van de andere cases. Opvallend is dat in Rijswijk de m²-prijzen erg hoog liggen. Terwijl in Tilburg de transactiepreisen het hoogst zijn.

Door deze gemiddelde waarden ontstaat een beeld van wat het duurdere segment is. Dit is dus het segment waarin de prijzen boven de gemiddelde prijzen liggen. Voor een uitsplitsing van de prijzen naar wijk wordt verwezen naar bijlage 5.1.

	m ² - Prijs	Transactieprijs	Gem. Oppervlak
Rotterdam	€ 1.590,-	€ 187.304,-	118 m ²
Tilburg	€ 1.718,-	€ 200.372,-	117 m ²
Rijswijk	€ 1.838,-	€ 181.596,-	99 m ²
Den Haag	€ 1.458,-	€ 125.187,-	86 m ²

Tabel 7.12 Gemiddelde m²-prijzen en transactiepreisen naar case

Bron: NVM en Kadaster, 2006

Rotterdam

De hieronder weergegeven tabel laat de prijsontwikkeling in de wijk Zevenkamp zien. De prijsontwikkeling heeft een grillig karakter. Veelal blijft de prijsontwikkeling van de wijk iets achter bij die van de gemeente.

Jaarlijkse groei m ² -prijzen Rotterdam Zevenkamp						
Jaar	Aantal transacties	m ² Prijs	Groei %	m ² Prijs gemeente	Jaarlijkse groei gemeente %	Verschil
1996	36	€ 829	0,0%	€ 864	0,0%	0,0%
1997	58	€ 940	13,4%	€ 970	12,3%	1,1%
1998	78	€ 1.002	6,6%	€ 1.059	9,2%	-2,6%
1999	79	€ 1.093	9,1%	€ 1.206	13,9%	-4,8%
2000	62	€ 1.268	16,0%	€ 1.378	14,3%	1,7%
2001	114	€ 1.369	8,0%	€ 1.527	10,8%	-2,8%
2002	113	€ 1.379	0,7%	€ 1.614	5,7%	-5,0%
2003	161	€ 1.445	4,8%	€ 1.616	0,1%	4,7%
2004	157	€ 1.454	0,6%	€ 1.666	3,1%	-2,5%
2005	113	€ 1.567	7,8%	€ 1.729	3,8%	4,0%
2006	119	€ 1.590	1,5%	€ 1.779	2,9%	-1,4%

Tabel 7.13 Prijsontwikkeling Rotterdam Zevenkamp

n=1090

Zo af en toe stijgen de prijzen zo'n 4% meer dan het gemeentelijke gemiddelde, zoals in 2003 en 2005 het geval is. Kijkend naar de totale ontwikkeling dan komt de prijsontwikkeling van de wijk Zevenkamp redelijk overeen met die van de gemeente.

Tilburg

In Tilburg zijn de m²-prijzen van woningen in twee postcodegebieden onderzocht, namelijk: Tilburg-Noord en Stokhasselt.

In Tilburg-Noord liggen de absolute m²-prijzen gedurende de afgelopen tien jaar continue onder het gemeentelijke gemiddelde (tabel 7.14). De groeipercentages lopen echter sterk uiteen. In 1999 ligt de groei 12% onder het niveau van de gemeente, terwijl in 2004 de jaarlijkse prijsstijging ruim 22% boven het gemeentelijke gemiddelde ligt. Deze buitensporige stijging hangt nauw samen met de verkoop van enkele vrijstaande woningen die het gemiddelde sterk beïnvloeden. Zonder deze transacties zou de stijging alsnog hoog zijn geweest, zo rond de 15%

Jaarlijkse groei m ² -prijzen Tilburg Noord						
Jaar	Aantal transacties	m ² Prijs	Groei %	m ² Prijs gemeente	Jaarlijkse groei gemeente %	Verschil
1996	38	€ 663	0,0%	€ 833	0,00%	0%
1997	48	€ 742	11,9%	€ 898	7,80%	4%
1998	71	€ 853	15,0%	€ 960	6,90%	8%
1999	50	€ 880	3,2%	€ 1.110	15,63%	-12%
2000	49	€ 1.104	25,5%	€ 1.334	20,18%	5%
2001	52	€ 1.213	9,9%	€ 1.517	13,72%	-4%
2002	60	€ 1.267	4,5%	€ 1.621	6,86%	-2%
2003	47	€ 1.288	1,7%	€ 1.703	5,06%	-3%
2004	76	€ 1.575	22,3%	€ 1.718	0,88%	21%
2005	66	€ 1.451	-7,9%	€ 1.716	-0,12%	-8%
2006	66	€ 1.543	6,3%	€ 1.778	3,61%	3%

Tabel 7.14 Prijsontwikkeling Tilburg Noord

n=623

In de wijk Stokhasselt is een heel ander beeld te zien dan in Tilburg-Noord. De absolute m²-prijzen liggen hier veel dichterbij het gemeentelijke gemiddelde. Tot 2001 lopen de prijzen gelijk op, waarna er een stagnatie ontstaat in de ontwikkeling van de prijzen in de wijk. In 2004 is evenals in Tilburg-Noord een flinke stijging waar te nemen. De oorzaak van deze stijging is vooralsnog onduidelijk.

Jaarlijkse groei m ² -prijzen Tilburg Stokhasselt						
Jaar	Aantal transacties	m ² Prijs	Groei %	m ² Prijs gemeente	Jaarlijkse groei gemeente %	Verschil
1996	28	€ 926	0,0%	€ 833	0,00%	0%
1997	26	€ 866	-6,5%	€ 898	7,80%	-14%
1998	34	€ 997	15,1%	€ 960	6,90%	8%
1999	23	€ 1.130	13,3%	€ 1.110	15,63%	-2%
2000	26	€ 1.410	24,8%	€ 1.334	20,18%	5%
2001	26	€ 1.537	9,0%	€ 1.517	13,72%	-5%
2002	25	€ 1.456	-5,3%	€ 1.621	6,86%	-12%
2003	20	€ 1.430	-1,8%	€ 1.703	5,06%	-7%
2004	22	€ 1.619	13,2%	€ 1.718	0,88%	12%
2005	17	€ 1.616	-0,2%	€ 1.716	-0,12%	0%
2006	25	€ 1.784	10,4%	€ 1.778	3,61%	7%

Tabel 7.15 Prijsontwikkeling Tilburg Stokhasselt

n=272

Rijswijk

Voor de case Rijswijk is gekozen uit een vijftal postcodegebieden. Slechts één hiervan zal in dit hoofdstuk behandeld worden, namelijk de 'Artiestenbuurt'. Voor een uitwerking van de overige wijken wordt verwezen naar bijlage 5. Dit, omdat bij deze wijken geen noemenswaardige ontwikkelingen zijn geconstateerd. Behalve dat bij het merendeel van deze wijken de absolute prijsontwikkeling vrijwel gelijk loopt met de gemeentelijke ontwikkeling. Één uitzondering daar gelaten namelijk, de 'Artiestenbuurt'.

Jaarlijkse groei m ² -prijzen Rijswijk Artiestenbuurt						
Jaar	Aantal transacties	m ² Prijs	Groei %	m ² Prijs gemeente	Jaarlijkse groei gemeente %	Verschil
1996	1	€ 840	0,0%	€ 1.010	0,0%	0,0%
1997	5	€ 1.013	20,6%	€ 1.041	3,1%	17,5%
1998	21	€ 1.189	17,4%	€ 1.083	4,0%	13,3%
1999	8	€ 1.163	-2,2%	€ 1.253	15,7%	-17,9%
2000	20	€ 1.481	27,3%	€ 1.422	13,5%	13,9%
2001	25	€ 1.680	13,4%	€ 1.625	14,3%	-0,8%
2002	37	€ 1.704	1,4%	€ 1.705	4,9%	-3,5%
2003	57	€ 1.747	2,5%	€ 1.737	1,9%	0,6%
2004	62	€ 1.661	-4,9%	€ 1.744	0,4%	-5,3%
2005	78	€ 1.754	5,6%	€ 1.832	5,0%	0,6%
2006	64	€ 1.815	3,5%	€ 1.861	1,6%	1,9%

Tabel 7.16 Prijsontwikkeling Rijswijk Artiestenbuurt

n=378

Uit bovenstaande tabel is af te lezen dat in de 'Artiestenbuurt' de prijsstijging sinds het jaar 2000, het renovatiejaar van het winkelcentrum 'In de Bogaard', zo'n 14% hoger is dan de gemeentelijke prijsontwikkeling. Dit zegt niet zo veel gezien de jaren 1997 en 1998. Maar de absolute woningprijs geeft een ander beeld weer. In de jaren 2000 en 2001 ligt de absolute m²-prijs namelijk boven het gemeentelijke gemiddelde. Hieruit is ook af te lezen dat deze trend van tijdelijke aard is. Na een aantal jaar ebt het effect weg. In 2005 ligt de absolute m²-prijs alweer 4% onder het gemeentelijke niveau.

De artiestenbuurt is de wijk waar het winkelcentrum direct in gelegen is. Het is in het onderzoek de enige wijk in Rijswijk waar zich een prijsstijging heeft voorgedaan die boven het gemeentelijke gemiddelde uitsteekt en waarbij een verband met het opknappen van het winkelcentrum voor de hand ligt.

De geselecteerde wijken zijn samengevoegd in tabel 7.17 om een indicatie te geven van hoe de prijsontwikkeling van de totale selectie wijken in Rijswijk er uit ziet. Het zijn gewogen gemiddelden, wijken met meer transacties hebben een grotere inbreng in het gemiddelde dan wijken met minder transacties.

Jaarlijkse groei m ² -prijzen Rijswijk							
Jaar	Aantal transacties	m ² Prijs	Groei %	m ² Prijs gemeente	Jaarlijkse groei gemeente %	Verschil	
1996	13	€ 975	0,0%	€ 1.010	0,0%	0,0%	
1997	123	€ 1.077	10,4%	€ 1.041	3,1%	7,4%	
1998	216	€ 1.083	0,6%	€ 1.083	4,0%	-3,5%	
1999	201	€ 1.263	16,6%	€ 1.253	15,7%	0,9%	
2000	226	€ 1.442	14,2%	€ 1.422	13,5%	0,7%	
2001	285	€ 1.660	15,1%	€ 1.625	14,3%	0,8%	
2002	327	€ 1.748	5,3%	€ 1.705	4,9%	0,4%	
2003	324	€ 1.753	0,3%	€ 1.737	1,9%	-1,6%	
2004	359	€ 1.730	-1,3%	€ 1.744	0,4%	-1,7%	
2005	365	€ 1.831	5,8%	€ 1.832	5,0%	0,8%	
2006	326	€ 1.838	0,4%	€ 1.861	1,6%	-1,2%	

Tabel 7.17 Prijsontwikkeling Rijswijk totaal

n=2765

Den Haag

In Den Haag zijn de m²-prijzen van woningen in zes verschillende wijken bestudeerd. Drie hiervan zullen de revue passeren. De wijk Moerwijk-Zuid ontbreekt omdat er wegens gaten in de data geen juist beeld geschetst kan worden van de prijsontwikkeling in deze wijk. Voor de wijk Moerwijk-Oost wordt naar bijlage 5 verwezen omdat in deze wijk geen duidelijke samenhang ontdekt kan worden tussen het revitaliseren van het winkelcentrum en de ontwikkeling van de m²-prijs van woningen.

In het jaar 2001 is winkelcentrum 'Leyweg' gerevitaliseerd. Volgens de cijfers zal dus rond het jaar 2001 een bovengemiddelde prijsstijging waar te nemen moeten zijn. In onderstaande tabel is af te lezen dat in het jaar 2001 de m²-prijs in de wijk Moerwijk – Oost met maar liefst 26% gestegen is. Dit ligt 15% boven de gemiddelde gemeentelijke groei. Ook het jaar er na is de prijsstijging hoger dan die van de gemeente.

Jaarlijkse groei m ² -prijzen Den Haag Moerwijk-Oost							
Jaar	Aantal transacties	m ² Prijs	Groei %	m ² Prijs gemeente	Jaarlijkse groei gemeente %	Verschil	
1996	4	€ 817	0,0%	€ 831	0%	0%	
1997	41	€ 709	-13,2%	€ 905	9%	-22%	
1998	72	€ 799	12,7%	€ 964	7%	6%	
1999	96	€ 895	12,0%	€ 1.097	14%	-2%	
2000	78	€ 940	5,0%	€ 1.357	24%	-19%	
2001	81	€ 1.186	26,2%	€ 1.507	11%	15%	
2002	83	€ 1.376	16,0%	€ 1.606	7%	9%	
2003	69	€ 1.312	-4,7%	€ 1.670	4%	-9%	
2004	75	€ 1.415	7,9%	€ 1.735	4%	4%	
2005	59	€ 1.460	3,2%	€ 1.820	5%	-2%	
2006	63	€ 1.409	-3,5%	€ 1.890	4%	-7%	

Tabel 7.18 Prijsontwikkeling Den Haag Moerwijk-Oost

n=721

In tabel 7.19, staat de prijsontwikkeling van de wijk Dreven/Gaarden weergegeven. Ook hier is het jaar 2001 het meest opvallende jaar. Toen lag de prijsstijging zo'n 14% boven de gemeentelijke prijsstijging. Vreemd is dat de prijsstijging het jaar erna 10% achterblijft bij de gemeentelijke stijging.

Jaarlijkse groei m ² -prijzen Den Haag Dreven / Gaarden						
Jaar	Aantal transacties	m ² Prijs	Groei %	m ² Prijs gemeente	Jaarlijkse groei gemeente %	Vershil
1996	5	€ 546	0,0%	€ 831	0%	0%
1997	14	€ 742	35,9%	€ 905	9%	27%
1998	25	€ 731	-1,5%	€ 964	7%	-8%
1999	30	€ 773	5,7%	€ 1.097	14%	-8%
2000	25	€ 962	24,5%	€ 1.357	24%	1%
2001	18	€ 1.204	25,2%	€ 1.507	11%	14%
2002	42	€ 1.167	-3,1%	€ 1.606	7%	-10%
2003	40	€ 1.278	9,5%	€ 1.670	4%	6%
2004	45	€ 1.204	-5,8%	€ 1.735	4%	-10%
2005	45	€ 1.262	4,8%	€ 1.820	5%	0%
2006	43	€ 1.329	5,3%	€ 1.890	4%	1%

Tabel 7.19 Prijsontwikkeling Den Haag Dreven/Gaarden

n=332

De m²-prijzen in de wijk Venen Oorden en Raden vertonen eveneens in de jaren na het revitaliseren van het winkelcentrum een behoorlijke stijging. In 2001 rond de 18% en in 2002 ongeveer 3%, ook hier is de stijging van tijdelijke aard. Desondanks lijkt in dit geval ook een verband aanwezig te zijn tussen het opknappen van het winkelcentrum en de ontwikkeling van de m²-prijzen van woningen.

Jaarlijkse groei m ² -prijzen Den Haag Venen Oorden en Raden						
Jaar	Aantal transacties	m ² Prijs	Groei %	m ² Prijs gemeente	Jaarlijkse groei gemeente %	Vershil
1996	21	€ 575	0,0%	€ 831	0%	0%
1997	19	€ 678	17,9%	€ 905	9%	9%
1998	49	€ 702	3,5%	€ 964	7%	-3%
1999	48	€ 802	14,2%	€ 1.097	14%	0%
2000	32	€ 914	14,0%	€ 1.357	24%	-10%
2001	53	€ 1.178	28,9%	€ 1.507	11%	18%
2002	66	€ 1.292	9,7%	€ 1.606	7%	3%
2003	74	€ 1.236	-4,3%	€ 1.670	4%	-8%
2004	53	€ 1.271	2,8%	€ 1.735	4%	-1%
2005	68	€ 1.357	6,8%	€ 1.820	5%	2%
2006	51	€ 1.388	2,3%	€ 1.890	4%	-2%

Tabel 7.20 Prijsontwikkeling Den Haag Venen Oorden en Raden

n=534

De laatste wijk, Morgenstond-west, wordt ook getypeerd door een flinke waardestijging in het renovatiejaar 2001. De prijsstijging ligt zo'n 8% boven het gemeentelijke cijfer.

Jaarlijkse groei m ² -prijzen Den Haag Morgenstond-West						
Jaar	Aantal transacties	m ² Prijs	Groei %	m ² Prijs gemeente	Jaarlijkse groei gemeente %	Vershil
1996	11	€ 861	0,0%	€ 831	0%	0%
1997	33	€ 920	6,9%	€ 905	9%	-2%
1998	90	€ 978	6,3%	€ 964	7%	0%
1999	60	€ 1.034	5,7%	€ 1.097	14%	-8%
2000	65	€ 1.250	20,9%	€ 1.357	24%	-3%
2001	85	€ 1.492	19,4%	€ 1.507	11%	8%
2002	104	€ 1.528	2,4%	€ 1.606	7%	-4%
2003	95	€ 1.653	8,2%	€ 1.670	4%	4%
2004	98	€ 1.677	1,5%	€ 1.735	4%	-2%
2005	77	€ 1.694	1,0%	€ 1.820	5%	-4%
2006	78	€ 1.700	0,4%	€ 1.890	4%	-3%

Tabel 7.21 Prijsontwikkeling Den Haag Morgenstond - West

n=796

Om een duidelijke indicatie te geven van het totale beeld van de selectie wijken in Den Haag zijn deze samengevoegd in tabel 7.22. Hierin staan de gewogen gemiddelden weergegeven. De wijken met meer transacties hebben een grotere invloed in het gemiddelde. Opvallend is de groei van 13% boven het gemeentelijke gemiddelde, in het jaar dat het winkelcentrum opgeknapt is. Het is belangrijk dat het revitaliseren van het winkelcentrum niet als de enige oorzaak van de prijsstijgingen geïnterpreteerd wordt. Want een prijsstijging wordt niet alleen door het revitaliseren van het winkelcentrum veroorzaakt. Er zijn tal van andere factoren die de gemiddelde m²-prijzen van woningen in een bepaalde wijk kunnen beïnvloeden. Daarbij valt te denken aan zaken als opgeleverde nieuwbouwprojecten, vernieuwde openbare ruimte of openbaar vervoer.

Jaarlijkse groei m ² -prijzen Den Haag						
Jaar	Aantal transacties	m ² Prijs	Groei %	m ² Prijs gemeente	Jaarlijkse groei gemeente %	Verschil
1996	42	€ 677	0%	€ 831	0%	0%
1997	113	€ 774	14%	€ 905	9%	5%
1998	244	€ 848	10%	€ 964	7%	3%
1999	241	€ 903	6%	€ 1.097	14%	-7%
2000	217	€ 1.049	16%	€ 1.357	24%	-8%
2001	252	€ 1.300	24%	€ 1.507	11%	13%
2002	347	€ 1.374	6%	€ 1.606	7%	-1%
2003	353	€ 1.369	0%	€ 1.670	4%	-4%
2004	340	€ 1.412	3%	€ 1.735	4%	-1%
2005	321	€ 1.433	2%	€ 1.820	5%	-3%
2006	315	€ 1.462	2%	€ 1.890	4%	-2%

Tabel 7.22 Prijsontwikkeling Den Haag totaal

n=2785

7.7 Veldwerk

Een gedeelte van het onderzoek is gewijd aan het bezoeken van de vier cases. Hieruit valt op te merken dat in de wijken waar de hoofdwinkelcentra zijn opgeknapt, veel nieuwbouw-activiteiten plaatsvinden en recent hebben plaatsgevonden. Niet alleen het hoofdwinkelgebied is aangepakt maar ook in enkele kleinere wijkwinkelcentra hebben nieuwe investeringen plaatsgevonden. Er lijkt een relatie te bestaan tussen investeringen in het hoofdwinkelgebied en een tweede of zelfs derde cyclus van investeringen in woningbouw en ook in een gedeelte van het winkelaanbod in de omgeving. Hierbij kan een relatie gelegd worden met de ruimtelijke impact analyse van Buit (1989: p39). Daarin wordt beschreven dat er meer particuliere als zowel niet-particuliere investeringen in nieuwbouw en / of renovatie in de omgeving van het projectgebied plaatsvinden. In het geval van dit onderzoek is het projectgebied het gerevitaliseerde winkelcentrum. Het revitaliseren van een winkelcentrum leidt tot een sneeuwbaaleffect van investeringen in andere projecten in de omgeving van het winkelcentrum.

Uiteraard is vervolgonderzoek noodzakelijk om deze mogelijke relatie in een kritisch daglicht te kunnen zetten. Vooral omdat de nieuwbouwwontwikkelingen, in de omgeving van de "Leyweg", deel uitmaken van een gemeentelijke herstructureringsoperatie. Deze plannen zijn gebaseerd op vooraf bedacht beleid en zijn niet zozeer een directe investeringsimpuls vanwege het vernieuwde winkelcentrum.

Desalniettemin ligt het voor de hand dat door de verhoogde attractiviteit van de woonomgeving, als gevolg van het gerevitaliseerde winkelaanbod, het interessanter is om nieuwe woningen te ontwikkelen. Zoals gezegd is het niet zeker dat deze investeringsgolf op gang is gebracht door het vernieuwde winkelaanbod, maar het heeft hoogst waarschijnlijk een belangrijke bijdrage geleverd in het besluitvormingsproces.

Er zijn niet alleen interessante ontwikkelingen geconstateerd met betrekking tot woningbouw. Ook lijkt het erop dat er een aantal wijkwinkelcentra opgeknapt zijn, nadat het hoofdwinkelcentrum van de wijk is aangepakt. Door middel van eigen waarnemingen is geconstateerd dat er investeringen hebben plaatsgevonden in enkele kleinere wijkwinkelcentra/strips. Of er een causaal verband bestaat met het revitaliseren van het hoofdwinkelcentrum kan niet uitgesloten worden. Navraag bij de investeerders zou hier uitsluitsel over kunnen geven.

In de onderzochte gebieden in Rotterdam en Tilburg vinden geen grootschalige herontwikkelingen plaats, zoals in Rijswijk en Den Haag het geval is. In Rotterdam en Tilburg zijn wel enkele incidentele projecten aan te wijzen. In Tilburg wordt dit jaar (2007) door Bouwfonds een start gemaakt met de herontwikkeling van winkelcentrum 'Wagnerplein'. Misschien dat over een aantal jaar bepaalde delen van Tilburg-Noord herontwikkeld zullen worden als gevolg van de eerste investeringsimpuls in het winkelcentrum.

Een ander interessante waarneming is dat er in Rijswijk en Den Haag enkele buurt- en wijkwinkelcentra zijn die een marginale bijdrage leveren aan het bestaande winkelaanbod. Anders gezegd deze winkelcentra verkeren in een zeer slechte onderhoudsstaat en van een serieus winkelaanbod is amper nog sprake. In Den Haag gaat het om de Zuidlarenstraat en in Rijswijk de Henri Dunantlaan. Deze winkellocaties kunnen feitelijk afgeschreven worden. Het zijn daardoor interessante locaties voor herontwikkeling van woningen.

In bijlage 6 staat een selectie foto's die een sfeerimpressie geeft van de vier cases.

7.8 Overige resultaten

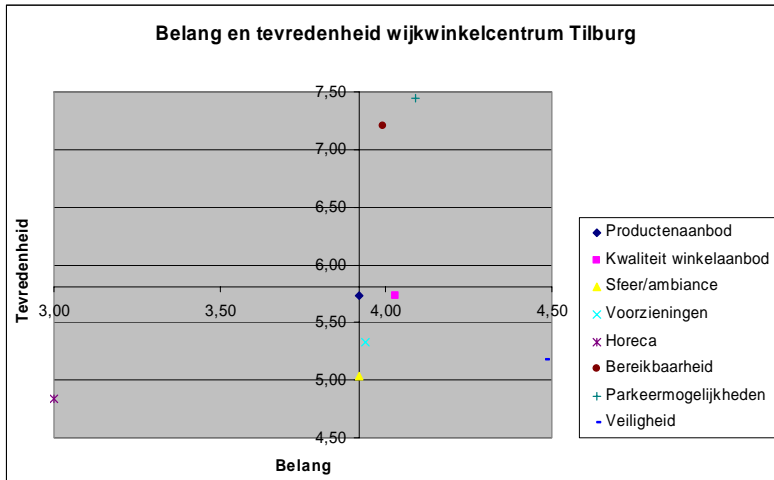
In deze paragraaf worden de resultaten besproken die niet direct in relatie staan met de centrale onderzoeksvraag, maar die wel bijdragen aan een antwoord op de overige onderzoeksvragen.

7.8.1 Tevredenheid wijkwinkelaanbod in specifieke zin

Net als paragraaf 7.2.2 worden de resultaten van de tevredenheid over en het belang van het winkelaanbod door middel van grafieken weergegeven. Er wordt nu specifiek in gegaan op het wijkwinkelaanbod. Hierin is geen onderscheid te maken in opgeknapte en niet opgeknapte winkelcentra. Voor een cijfermatige weergave van de tevredenheid over en het belang van wijkwinkelcentra wordt verwezen naar bijlage 1.5.

Tilburg

Het wijkwinkelcentrum 'Verdiplein' in Tilburg is gelegen in de wijk Stokhasselt. Het winkelcentrum wordt buitengewoon slecht gewaardeerd. De bereikbaarheid en ruime parkeermogelijkheden zijn volgens de respondenten de enige twee positieve punten in dit winkelcentrum. Qua sfeer en veiligheid scoort het winkelgebied zwaar onvoldoende. Weer is veiligheid het belangrijkste aspect. Over de horeca is men ontevreden ook wordt er weinig belang aan gehecht.

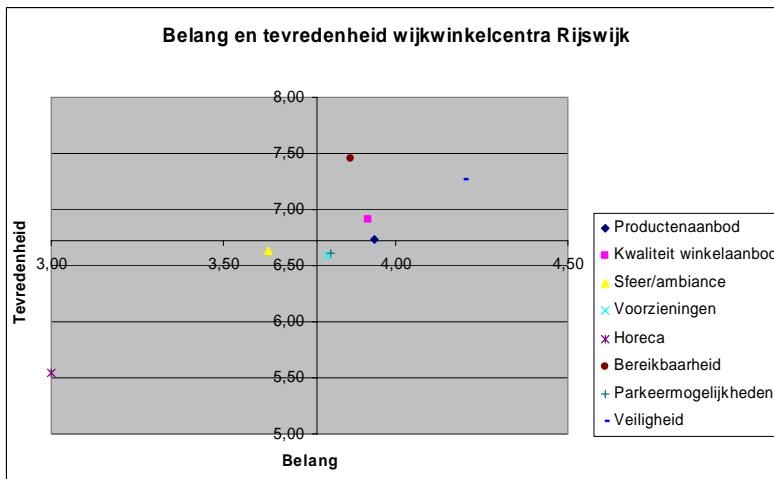


Figuur 7.13 Belang en Tevredenheid wijkwinkelcentrum Tilburg

N=104

Rijswijk

In Rijswijk is men over het algemeen tevreden over de kwaliteit van de wijkwinkelcentra. De enige minpunten van belang zijn de voorzieningen en parkeergelegenheid. Qua veiligheid scoren de wijkwinkelcentra boven het gemiddelde, dit in tegenstelling tot de vorige cases. De bereikbaarheid is het punt waar de respondenten het meest tevreden over zijn.

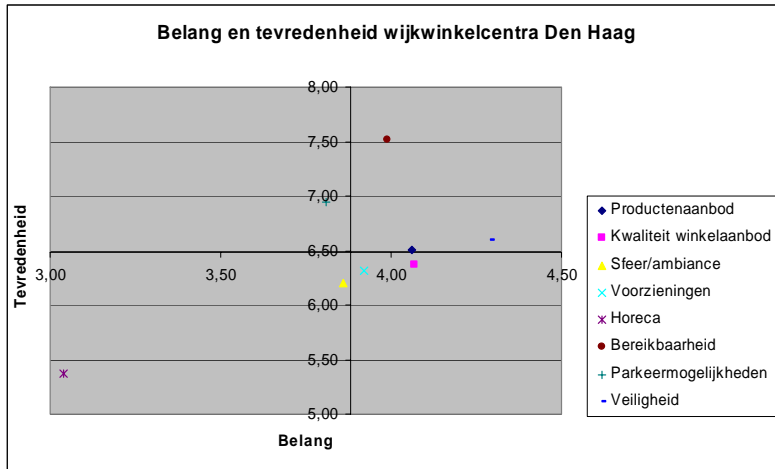


Figuur 7.14 Belang en Tevredenheid wijkcentra Rijswijk

N=229

Den Haag

De opvallende aspecten van de wijkwinkelcentra in Den Haag zijn de bereikbaarheid en parkeergelegenheid. Het zijn de enige echte pluspunten van de wijkwinkelcentra. De overige punten scoren vrijwel allemaal rond het gemiddelde. Wederom wordt de horeca het slechtst gewaardeerd.



Figuur 7.15 Belang en Tevredenheid wijkwinkelcentra Den Haag

N=188

7.8.2 Tevredenheid en belang winkelaanbod naar inkomen

De hogere inkomensklassen zijn object van studie omdat deze inkomensgroep niet veel voorkomt in de vier cases. Terwijl zij juist een belangrijke stimulans kunnen zijn voor de aanwezige detailhandel. De hogere inkomensklasse is per case vastgesteld op de bovenste 25% van alle inkomensgroepen. De totale groep respondenten die een inkomen heeft opgegeven bestaat uit 1301. Hiervan vallen 328 personen in de hogere inkomensgroep. De gemiddelde tevredenheid is gecorrigeerd naar het belang over acht aspecten van het wijkwinkelaanbod. Dit is vergeleken tussen de 25% hoogste inkomens en de overige 75% van de inkomens.

De resultaten zijn opvallend te noemen (zie tabel 7.23). Wanneer er geen onderscheid naar cases wordt gemaakt dan is er sprake van een significant lagere waardering van de aspecten: sfeer/ ambiance, voorzieningen en horeca aanbod voor de wijkwinkelcentra. De andere aspecten worden over het algemeen ook lager gewaardeerd. Maar hier zijn de gemiddelden niet significant verschillend.

	25% Hoogste inkomens	Overige 75% inkomens	Verskil	Sig.
Productenaanbod	6,65	6,81	-0,17	0,27
Kwaliteit winkelaanbod	6,60	6,84	-0,24	0,09
Sfeer/ambiance	5,58	6,24	-0,66	0,00
Voorzieningen	5,96	6,42	-0,45	0,00
Aantal horecagelegenheden	3,94	4,39	-0,46	0,00
Bereikbaarheid	7,60	7,63	-0,03	0,81
Parkeermogelijkheden	6,86	6,80	0,06	0,72
Veiligheid	7,18	7,19	-0,01	0,96

Tabel 7.23 De verschillen in tevredenheid (gecorrigeerd naar belang) naar inkomensgroep n=1301

Er is ook per case gekeken naar de onderlinge verschillen tussen de totale groep respondenten en de groep met hogere inkomens. In dit geval zijn er minder significante verschillen, omdat de aantallen kleiner worden. Hierdoor moeten de verschillen groter zijn om significant te zijn. Dit is niet het geval, duidelijk is dat de waardering bij hogere inkomensgroepen op vrijwel alle aspecten lager ligt. Zou het aantal respondenten per case hoger zijn, dan zouden de verschillen eerder significant zijn. Voor een overzicht van de resultaten per case wordt naar bijlage 4.1 verwezen. Wanneer naar de tevredenheid over de hoofdwinkelcentra van de wijken, 'In de Bogaard', 'Leyweg' en 'Wagnerplein', gekeken wordt, dan zijn er helemaal geen significante verschillen te ontdekken.

Kortom, de wijkwinkelcentra worden door hogere inkomensgroepen over het algemeen minder (goed) gewaardeerd dan lagere inkomensgroepen. Op de punten sfeer, voorzieningen en horeca is de waardering zelfs significant lager. Een verklaring kan gezocht worden in het feit dat hogere inkomensgroepen kritischer zijn, zij stellen hogere eisen aan het winkelaanbod, tevens komen zij vaker in andere winkelgebieden. De gemiddelde tevredenheid over de hoofdwinkelcentra in de wijk is voor hogere inkomens niet anders dan voor andere inkomensgroepen.

7.8.3 Belang winkelaanbod naar woningprijsklasse

Omdat de hogere prijsklassen woningen een gering aandeel vormen van de woningmarkt in jaren '60 en '70 wijken en het aantrekken van deze groep bewoners juist een probleem is, is het zinvol om te kijken in hoeverre het belang van respondenten met duurere woningen anders is dan het belang van de totale groep respondenten.

De resultaten van het surveyonderzoek laten geen significante verbanden zien tussen woningprijsklasse en belang van het winkelaanbod. Niet naar belang van wijkwinkelcentra en niet naar belang van hoofdwinkelcentra

Omdat verondersteld wordt dat deze relatie aanwezig is, is door middel van het WBO getracht om de relatie aan te tonen. Het WBO laat namelijk wel zien dat naarmate de prijsklasse van de woning hoger wordt, het belang van het winkelaanbod in de buurt significant afneemt. Indien specifiek gekeken wordt naar het belang van het winkelaanbod in jaren '60 en '70 wijken. Dan blijkt alleen in het geval van jaren '70 wijken een negatief significant verband te liggen tussen het winkelaanbod en de woningwaarde. In jaren '60 wijken is dit niet het geval (zie bijlage 2.5). Dit heeft waarschijnlijk te maken met het feit dat de woningprijzen in jaren '60 wijken lager zijn en daardoor de relatie zwakker is.

7.9 Samenvatting

De resultaten van het onderzoek laten zien dat de algemene woontevredenheid sterk samenhangt met de woning-/huurprijs van woningen. De algemene woontevredenheid hangt weer nauw samen met verschillende woonomgevingskenmerken, waaronder het winkelaanbod. Dit betekent dat naarmate de tevredenheid van het winkelaanbod stijgt, de algemene woontevredenheid stijgt. Daar waar de algemene woontevredenheid hoger is zijn de woningprijzen en huurprijzen weer hoger.

Uit de enquêteresultaten is gebleken dat de bewoners van jaren '60 en '70 wijken over een behoorlijk aantal punten ontevreden zijn. Voor de woning zijn dit vooral: isolatie, kwaliteit van de badkamer en parkeren op eigen terrein. Zaken die met de woonomgeving te maken hebben en waar men ontevreden over is, zijn: sociaal-culturele voorzieningen, speelgelegenheid voor kinderen, wijkwinkelcentra, horecagelegenheden, bekladding op muren, rommel op straat en aantrekkelijkheid van de bebouwing. Sociale aspecten waar men ontevreden over is zijn: overlast van verkeer/jongeren/omwonenden, vandalisme en het saamhorigheidsgevoel in de wijk.

Als positieve punten kwamen uit de enquête naar voren: de indeling, oppervlak en onderhoudstaat van de woning. Maar ook zaken als medische voorzieningen, basisscholen, kinderdagverblijven, sportfaciliteiten en openbaar vervoer. Qua groenvoorzieningen, bereikbaarheid van de woning, verkeersveiligheid en sociale veiligheid is men ook tevreden.

Opvallend genoeg blijkt er geen eenduidig verschil tussen de waardering van een opgeknapt en niet opgeknapt winkelcentrum. Het niet opgeknapte winkelcentrum 'Wagnerplein' werd zelfs beter gewaardeerd dan het wel opgeknapte winkelcentrum

'Leyweg'. Dit kan samenhangen met het feit dat het 'Wagnerplein' in Tilburg overgewaardeerd wordt, omdat het andere winkelcentrum in de Tilburgse wijk als zeer slecht gewaardeerd wordt. Een andere verklaring zou kunnen zijn dat de gemiddelde afstand van de respondent naar het opgeknapt winkelcentrum 'Leyweg' in Den Haag het grootst is van alle vier de cases. Dit zou de waardering van het winkelcentrum negatief kunnen beïnvloeden.

Ook is specifiek gekeken naar de tevredenheid over verschillende aspecten van het winkelaanbod. Hieruit bleek ook dat de opgeknapt hoofdwinkelcentra niet beduidend anders gewaardeerd worden dan de niet opgeknapt hoofdwinkelcentra. Meest kenmerkende punt is dat, als het winkelcentrum is opgeknapt er minder belang gehecht wordt aan veiligheid. Daarnaast wordt het horeca-aanbod beter gewaardeerd en ook belangrijker gevonden.

De regressie-analyse heeft opmerkelijke resultaten laten zien. Wanneer alle omgevingskenmerken in het model meegenomen worden dan komen de volgende zaken als invloedrijk naar voren: winkelaanbod waar men ontevreden over is, centrale verwarming, parkeren, aantrekkelijkheid van bebouwing, buitenruimte en de kwaliteit van de keuken.

Een andere manier om de impact van het opknappen van een winkelcentrum na te gaan is een analyse van de ontwikkeling van m²-prijzen in de omgeving van het winkelcentrum. In Rijswijk vertonen de m²-prijzen een behoorlijke stijging nadat het vernieuwde winkelcentrum 'In de Bogaard' opgeleverd is. Dit doet zich alleen voor in de wijk waar het winkelcentrum direct in gelegen is. In Den Haag doet zich eveneens een flinke prijsstijging voor, maar deze reikt veel verder dan de directe omgeving van het winkelcentrum. Het is daarom de vraag of de impact daadwerkelijk zo ver reikt. Deze bevindingen vertonen overeenkomsten met het onderzoek van Kool (2006), waarin het effect van woning/wijkvernieuwing op de prijsontwikkeling van woningen in de omgeving onderzocht is. Hieruit bleek eveneens, dat de investeringsimpuls een bescheiden effect had op de woningprijzen in de omgeving.

Een andere constatering is, dat in de gebieden waar het hoofdwinkelcentrum is opgeknapt flink geïnvesteerd wordt in nieuwbouwprojecten. Het gaat dan vooral om woningen, maar in enkele gevallen ook om investeringen in het winkelaanbod. Door het revitaliseren van winkelcentra lijkt een soort vliegwieleffect van investeringen te ontstaan.

Hoofdstuk 8 Conclusies en aanbevelingen

Inleiding

Het laatste hoofdstuk omvat de conclusies, deze geven antwoord op de onderzoeksvragen. Als eerste zal de centrale onderzoeksvraag beantwoordt worden waarna de overige onderzoeksvragen aan bod komen. Daarna volgen enkele punten van discussie. Het onderzoek wordt afgesloten met een aantal aanbevelingen.

8.1 Conclusie

Leidt een verbeterd winkelaanbod tot een andere attractiviteit van het woningaanbod in jaren '60 en '70 wijken?

De centrale onderzoeksvraag kan positief beantwoord worden, want een verbeterd winkelaanbod leidt tot een hogere attractiviteit van het woningaanbod. Dit antwoord kan op de volgende wijze onderbouwd worden.

Ten eerste is de positieve relatie aangetoond tussen de woning/huurprijzen en de algemene woontevredenheid. Daarna is er een positieve relatie aangetoond tussen de algemene woontevredenheid en de tevredenheid over het winkelaanbod. Het blijkt dus dat naarmate de tevredenheid over het winkelaanbod toeneemt de algemene woontevredenheid ook toeneemt. Hoe hoger de algemene woontevredenheid hoe hoger de woningprijzen en huurprijzen. Kortom het winkelaanbod draagt indirect bij aan de waarde van de woningen.

Ten tweede is onderzocht in *welke* mate het winkelaanbod de woontevredenheid beïnvloedt. Hieruit is gebleken dat de winkelcentra waar men ontevreden over is een grote negatieve invloed hebben op de algemene woontevredenheid. Of wel, negatieve gewaardeerde winkelcentra beïnvloeden de algemene woontevredenheid het sterkst. Dus indirect beïnvloeden de slecht gewaardeerde winkelcentra de woningprijzen c.q. huurprijzen ook het sterkst en wel op een negatieve wijze. De winkelcentra waar men tevreden over is, zoals de winkelcentra die opgeknapt zijn, hebben geen negatieve invloed op de algemene woontevredenheid. Kortom als het winkelaanbod wordt opgeknapt dan verdwijnt het negatieve effect op de algemene woontevredenheid.

De daadwerkelijke impact is sterk afhankelijk van het soort winkelcentrum dat opgeknapt wordt. Het lijkt er sterk op dat het opknappen van het winkelcentrum 'Zevenkamp' in Rotterdam een grotere impact heeft op de algemene woontevredenheid dan het opknappen van het 'Wagnerplein' dat zal hebben. Anders gezegd, het opknappen van een slecht gewaardeerd winkelcentrum zal tot een grotere waardestijging leiden, dan het opknappen van een goed gewaardeerd winkelcentrum (ook al is het nog nooit opgeknapt, zoals het 'Wagnerplein').

Conclusie: Als *slecht* winkelaanbod opgeknapt wordt dan wordt het negatieve effect van dat winkelaanbod op de algemene woontevredenheid weggenomen. Des te slechter het winkelaanbod, des te groter zal het (positieve) effect zijn op de algemene woontevredenheid, wanneer het winkelaanbod opgeknapt wordt. Hierdoor neemt de algemene woontevredenheid toe en daar waar de algemene woontevredenheid hoger is, zijn de woning-/huurprijzen hoger. Of wel daar is de attractiviteit van het woningaanbod hoger.

Naast de relatie tussen winkeltevredenheid en woning/huurprijs is ook gekeken naar de directe invloed van herstructurering in de prijsontwikkeling van de m²-prijs in de omgeving van de desbetreffende winkelcentra. Want het revitaliseren van een

winkelcentrum zou theoretisch gezien, volgens de ruimtelijke impact analyse van Buit, tot een prijsverandering van de woningen in de omgeving kunnen leiden.

In vier casestudies is gekeken naar de m²-prijsontwikkeling van woningen. In Rotterdam en Tilburg, de cases waar het winkelcentrum nog in originele staat is, is een prijsontwikkeling te zien die vrijwel gelijk loopt met de gemeentelijke prijsontwikkeling. Toch zijn er in enkele jaren bovengemiddeld hoge prijsstijgingen waar te nemen, zoals in Tilburg in 2004. Wat aan deze prijsstijging ten grondslag ligt is onbekend. Een voor de hand liggende aanname kan zijn dat er in 2004 nieuwbouwwoningen opgeleverd zijn. Tijdens het veldwerk zijn namelijk ook enkele nieuwbouwprojecten gesignaleerd.

In Rijswijk is winkelcentrum 'In de Bogaard' in het jaar 2000 opgeknapt. In dit jaar is alléén in de 'Artiestenbuurt', de wijk waarin het winkelcentrum gelegen is, een m²-prijs te zien die zelfs boven het gemeentelijke gemiddelde ligt. Het is daarom zeer aannemelijk, met name omdat het winkelcentrum zo nabij gelegen is, dat het opknappen van het winkelcentrum bijgedragen heeft aan een prijsopdrijvend effect. De m²-prijzen liggen in de jaren 2000 en 2001 bijna € 60,- boven de gemeentelijke gemiddelde m²-prijs. In dit geval is volgens de ruimtelijke impact analyse van Buit, sprake van een locationele impact (zie hoofdstuk 2.1). In de overige wijken lijkt de revitalisering geen invloed te hebben gehad op de m²-prijzen.

In Den Haag lijkt er ook sprake te zijn van een extra waardestijging in de jaren dat het winkelcentrum is opgeknapt. De m²-prijzen liggen dan wel niet boven het gemeentelijke gemiddelde maar de procentuele prijsstijging is in het jaar 2001 aan de hoge kant, namelijk 13% boven het gemiddelde van de gemeente.

Kortom, er kan verondersteld worden dat het revitaliseren van winkelcentra tot een prijsopdrijvend effect van de m²-prijzen in de nabije omgeving heeft geleid. Toch moeten deze resultaten enigszins gerelativeerd worden. Het is belangrijk dat het revitaliseren van het winkelcentrum niet als de enige oorzaak van de prijsstijgingen geïnterpreteerd wordt. Want een prijsstijging wordt niet alleen door het revitaliseren van het winkelcentrum veroorzaakt. Er zijn tal van andere factoren die de gemiddelde m²-prijzen van woningen in een bepaalde wijk kunnen beïnvloeden. Daarbij valt te denken aan zaken als opgeleverde nieuwbouwprojecten, vernieuwde openbare ruimte of openbaar vervoer. Dit moet gezegd worden, omdat de impact in Den Haag een geheel andere vorm aanneemt dan in Rijswijk het geval is. In Den Haag zijn extra prijsstijgingen vastgesteld in wijken die ver van de 'Leyweg' liggen, zelfs tot in Moerwijk-Oost. Het is de vraag of de impact van revitalisering daadwerkelijk zo ver reikt. Immers in Rijswijk werden alleen in de wijk, daar waar het winkelcentrum gevestigd is, extra prijsstijgingen gemeten. Een diepgravender analyse zou wellicht verbanden beter bloot kunnen leggen. Hiervoor zal dan ook aanvullend onderzoek nodig zijn.

Nu de centrale onderzoeksvraag is beantwoord, zal eveneens antwoord worden gegeven op de overige onderzoeksvragen.

- Wat is het profiel van Nederlandse jaren '60 en '70 wijken in sociaal en economisch opzicht?

Uit het WBO 2002 blijkt dat er een duidelijk verschil bestaat tussen het profiel van een jaren '60 of '70 wijk, althans gelet op de inkomensverdeling, opleidingsniveau, etniciteit, huishoudensamenstelling, sociale veiligheid en verhuisgeneigdheid.

Kenmerkend voor jaren '60 wijken zijn; lage inkomens, een laag onderwijsniveau, een groot aandeel allochtonen en veel éénpersoons-huishoudens. Mede door deze bevolkingsamenstelling en problemen die daardoor veroorzaakt worden, worden de wijken veelal onveilig bevonden. Wat een hoge verhuisgeneigdheid tot gevolg heeft. De matige kwaliteit van de woningvoorraad draagt natuurlijk ook bij aan deze hoge verhuisgeneigdheid.

Jaren '70 wijken scoren vrijwel op alle zojuist genoemde punten aanzienlijk beter. Hogere inkomens, hoger opleidingsniveau en minder éénpersoons-huishoudens. Qua etniciteit en verhuisgeneigdheid komen jaren '70 wijken overeen met de landelijke cijfers. Al met al kan gezegd kan worden dat jaren '70 wijken doorsnee wijken zijn van goede kwaliteit, al dan niet van betere kwaliteit dan het Nederlandse gemiddelde.

Een voor de hand liggende verklaring voor deze verschillen, is het verschil in woningprijs en woningkwaliteit. In jaren '60 wijken liggen relatief gezien meer woningen in de lagere prijsklassen. In andere woorden lagere woningprijzen trekken lagere inkomensgroepen aan, die over het algemeen lager opgeleid zijn. Dit noemt men een negatief rekruteringspatroon. Zoals uit de cijfers is gebleken doet dit zich voor in jaren '60 wijken.

- Wat is het winkelaanbod in Nederlandse jaren '60 en '70 wijken?

Bekend is dat jaren '60 en '70 wijken over het algemeen over een fijnmazige winkelstructuur beschikken. Hiermee wordt bedoeld, veel winkelaanbod op geringe afstand. Met het oog op de toekomst, is de detailhandelstructuur te fijnmazig. Dit komt uit de literatuur maar zeer zeker ook uit het veldwerk duidelijk naar voren. Gebleken is dat de kleinere buurt- en wijkwinkelcentra te kampen hebben met leegstand. In een aantal gevallen heeft dit tot een functiewijziging geleid. In deze gevallen is de vroegere detailhandel verdwenen en veelal vervangen door kleine dienstverlenende bedrijfjes. Dit levert een negatieve bijdrage aan de kwaliteit van het straatbeeld (zie bijlage 6). Het verdwijnen van winkelaanbod doet zich vooral voor in de onderste laag van de hiërarchische winkelstructuur in jaren '60 en '70 wijken.

Bovenin de top van de hiërarchie is het tegenovergestelde beeld te zien, namelijk dat veel winkelcentra gerevitaliseerd zijn of op het punt staan om gerevitaliseerd te worden. Daarbij worden de winkelcentra flink uitgebreid qua oppervlak, extra investeringen om meer detailhandel te clusteren leiden uiteindelijk tot meer opbrengsten. De cumulatieve causatie theorie van Myrdal gaat hier op. De grote winkelgebieden worden vooral gebruikt om te winkelen en in mindere mate gebruikt voor de snelle boodschap. Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat er nog steeds behoefte is aan een nabijgelegen en goed bereikbaar winkelcentrum. Gezien het veranderende consumentengedrag zal er steeds meer vraag komen naar winkelcentra waar men snel en efficiënt boodschappen kan doen. Een concept dat in deze behoefte kan voorzien wordt ook wel 'het gemakscentrum' genoemd. Omdat aan de onderkant van de markt het verspreide winkelaanbod afneemt, komt er ruimte vrij om aanbod te clusteren zoals in het voorbeeld van gemakscentra. Dit betekent dat er in plaats van bijvoorbeeld één hoofdwinkelcentrum en vier wijk/buurt winkelcentra er op den duur nog maar één hoofdwinkelcentrum is en twee gemakscentra overblijven.

- Hoe ziet de woningmarkt in Nederlandse jaren '60 en '70 wijken er kwantitatief uit?

Ongeveer 17% van de Nederlandse voorraad stamt uit de jaren '60, dit staat voor ruim 1.1 miljoen woningen. Woningen gebouwd in de jaren '70 komen in iets grotere mate voor. Minstens 18% van de Nederlandse woningvoorraad stamt uit deze periode, omgerekend bijna 1.2 miljoen woningen. Het aandeel huurwoningen ligt in jaren '60 wijken rond de 67%, terwijl dit bij jaren '70 wijken rond de 54% ligt. De landelijke verdeling is 45% huur en 55% koop. De woningvoorraad die uit de jaren '60 en '70 stamt, vormt dus 35% van de totale Nederlandse woningvoorraad, goed voor ruim 2,3 miljoen woningen.

Naast een verdeling in huurwoningen is ook gekeken naar de verdeling in woningtypen. Ook hier heerst een eenzijdig beeld. In jaren '60 wijken is dit duidelijk te zien aan het

aandeel etagewoningen. Ruim 60% van het woningaanbod bestaat uit etagewoningen, omgerekend 660.000 woningen. Ongeveer 25% bestaat uit tussenwoningen, of wel 225.000. De hoekwoningen omvatten 8%, hetgeen gelijk is aan 88.000 woningen. De overige 5% is verdeeld over 2-onder-1-kap woningen en vrijstaande woningen (45.000).

In jaren '70 wijken bestaat het merendeel van het woningaanbod uit tussenwoningen, zo'n 45% oftewel 540.000 woningen. Bijna 30% bestaat uit etagewoningen (360.000) en 8% is een hoekwoning omgerekend 216.000 woningen. Resteert nog 7% voor 2-onder-1-kap en vrijstaande woningen (84.000).

- Hoe ziet de woningmarkt in Nederlandse jaren '60 en '70 wijken er kwalitatief uit?

De kwaliteit van de woningmarkt in jaren '60 en '70 wijken is te typeren naar bouwtechnische kwaliteit en het kwalitatieve oordeel van de bewoners.

De bouwtechnische kwaliteit is in grote mate bepalend voor de kwaliteit van de woning. Uit de literatuur is gebleken dat de woningen, gebouwd in deze periode, over het algemeen in een snel tempo, door middel van de toen nog moderne systeembouw, opgeleverd zijn. Kwantiteit werd veruit verkozen boven kwaliteit. De meeste woningen werden dan ook uitgerust met een eenvoudige keuken en badkamer. Er werd niet hoger gebouwd dan vier woonlagen, zodat er geen lift geplaatst hoefde te worden. Van goede warmte- en geluidsisolatie is geen sprake. De meeste voorkomende klachten aangaande de kwaliteit van de woning gaan over: kleinschaligheid, gehorigheid, tocht en lekkage. Ook de kwaliteit van de omgeving laat vaak te wensen over (Reinsma, 2000: p7).

De enquêteresultaten gaven vooral aan dat de bewoners ontevreden zijn over de isolatie en kwaliteit van de badkamer. Zaken als parkeren op eigen terrein en buitenruimte worden ook slecht gewaardeerd, maar hier kent men minder belang aan toe. Als het gaat om de woonomgeving dan is men ontevreden over: sociaal-culturele voorzieningen, speelgelegenheid voor kinderen, wijkwinkelcentra, horecagelegenheden, bekladding op muren, rommel op straat en aantrekkelijkheid van de bebouwing. En op sociaal gebied is men ontevreden over overlast van verkeer/jongeren/omwonenden, vandalisme en het saamhorigheidsgevoel in de wijk.

Als positieve punten kwamen uit de enquête naar voren: de indeling, oppervlak en onderhoudstaat van de woning. Maar ook zaken als medische voorzieningen, basisscholen, kinderdagverblijven, sportfaciliteiten en openbaar vervoer. Qua groenvoorzieningen, bereikbaarheid van de woning, verkeersveiligheid en sociale veiligheid is men ook tevreden.

Ook uit het WBO blijkt dat bewoners van jaren '60 wijken significant minder tevreden zijn over de woning dan gemiddeld in Nederland. In jaren '70 wijken blijkt de tevredenheid gelijk te zijn aan die van het landelijke gemiddelde.

- Waaruit bestaat het duurdere segment van de woningmarkt in jaren '60 en '70 wijken?

Het duurdere segment van de woningmarkt is in het onderzoek vastgesteld op de woningprijzen die boven het gemiddelde in de wijk liggen. Zodoende kan er onderscheid gemaakt worden in een goedkoop en in een duur segment. Hiervoor zijn de m²-prijzen van de NVM een goede indicator. Daarnaast zijn de gemiddelde transactieprijzen van het Kadaster gebruikt. Algemene prijsgrenzen zijn natuurlijk niet eenduidig vast te stellen. Hiervoor gelden locatiespecifieke factoren zoals; de plaats, de wijk, het type woning, de kwaliteit van de woningen, de nabijheid van voorzieningen, de bereikbaarheid en de kwaliteit van de openbare ruimte.

- Hoe belangrijk is het winkelaanbod bij bewoners van jaren '60 en '70 wijken?

Uit het WBO blijkt dat inwoners van jaren '60 en '70 wijken het winkelaanbod gemiddeld gezien belangrijker vinden dan de gemiddelde Nederlander dat vindt. Het gemiddelde belang van winkelvoorzieningen van inwoners in jaren '60 en '70 wijkt significant af van het Nederlandse gemiddelde. Waarschijnlijk vindt men het belangrijker, omdat in jaren '60 en '70 wijken het winkelaanbod fijnmaziger is. Het winkelaanbod is over het algemeen relatief dichtbij gelegen.

- Hoe belangrijk is het winkelaanbod voor bewoners van jaren '60 en '70 wijken opgedeeld naar prijsklassen?

Het WBO laat zien dat naarmate de prijsklasse van de woning hoger wordt het belang van het winkelaanbod in de wijk significant afneemt. Wanneer specifiek gekeken wordt naar het belang van het winkelaanbod in jaren '60 en '70 wijken, dan blijkt alleen in het geval van jaren '70 wijken een significant verband aanwezig tussen het winkelaanbod en de woningwaarde. In jaren '60 wijken is dit dus niet het geval, hetgeen waarschijnlijk te maken heeft met het feit dat de woningprijzen hier lager zijn en daardoor de relatie zwakker is. Uit de enquêteresultaten kwam ook een negatief verband naar voren tussen woningwaarde en belang van het winkelaanbod, maar deze relatie is niet significant.

- Welke oplossingsrichtingen zijn er te bedenken om het winkelaanbod in Nederlandse jaren '60 en '70 wijken aantrekkelijker te maken voor hogere inkomens?

De hogere inkomensgroep is vastgesteld op de bovenste 25% van de inkomensverdeling in de verschillende cases. Uit de gemiddelde tevredenheid over wijkwinkelcentra blijkt dat de hogere inkomensgroepen significant minder tevreden zijn over zaken als sfeer, voorzieningen en horeca aanbod. Dit heeft te maken met het feit dat hogere inkomensgroepen kritischer zijn, zij stellen hogere eisen aan het winkelaanbod dan de overige inkomensgroepen. Als per stad gekeken wordt dan zijn de verschillen niet groot genoeg om significant te zijn. Dit komt omdat het aantal respondenten dan eigenlijk te laag is.

De hoofdwinkelcentra van de wijken worden door de hogere inkomensgroepen niet anders gewaardeerd dan de overige inkomensgroepen.

Als naar het belang van een aantal winkelaspecten gekeken wordt, dan is het vooral zaak om in de veiligheid, kwaliteit van het winkelaanbod en productaanbod te investeren. Dit geldt voor zowel wijkwinkelcentra als hoofdwinkelcentra. Aan voorgaande punten wordt het meeste belang gehecht. Aan de punten waar men het minst tevreden over is, hecht men het minste belang. Hierbij moet rekening gehouden worden met het feit dat het winkelaanbod gericht is op de gemiddelde wijkbewoner, of wel de grootste gemene deler. Hogere inkomens vormen maar een beperkt deel van deze wijken.

8.1.1 Overige conclusies

Naast de antwoorden op de onderzoeksvragen, zijn er nog andere opmerkelijke conclusies die zeker de aandacht verdienen. Namelijk de bevindingen uit de literatuurstudie, het WBO en het veldonderzoek.

Veldwerk

Uit het veldwerk wordt niet geheel duidelijk of het revitaliseren van winkelcentra tot nieuwe investeringsimpulsen leidt in de omgeving van het gerevitaliseerde winkelcentrum. In zowel Den Haag als Rijswijk vinden op dit moment grootschalige woningbouwprojecten plaats. Maar de invloed van het winkelcentrum op de

nieuwbouwactiviteiten in Den Haag is beperkt. Omdat de nieuwbouwontwikkelingen, in de omgeving van de "Leyweg" deel uitmaken van een gemeentelijke herstructureringsoperatie. Deze plannen zijn gebaseerd op vooraf bedacht beleid en zijn niet zozeer een investeringsimpuls vanwege het vernieuwde winkelcentrum.

Er zijn niet alleen investeringen waargenomen in de nieuwbouw van woningen, maar ook een aantal kleinere winkelcentra in de omgeving van het hoofdwinkelgebied van de wijken hebben een metamorfose ondergaan.

In Tilburg en Rotterdam hebben zich vooralsnog geen grootschalige investeringen voor gedaan. Er zijn een aantal incidentele nieuwbouwprojecten aan te wijzen. Maar zeker niet in de omvang zoals die in Rijswijk en Den Haag zich voor heeft gedaan. Kortom het revitaliseren van winkelcentra heeft een vliegwieleffect dat op termijn tot extra investeringen leidt in de omgeving van het winkelcentrum. Deze waarnemingen bevestigen de theorie van Buit. Vanwege dit causale verband is er des te meer reden om vanuit een integrale benadering naar het herontwikkelen van winkelcentra te kijken. Daarmee kan bijgedragen worden aan een oplossing voor het investeringsdilemma tussen winkels en woningen. Hiermee wordt bedoeld op de keuze tussen, eerst investeren in woningen of eerst investeren in winkelaanbod.

Woningmarkt

Zoals aangegeven hebben met name jaren '60 wijken te kampen met problemen. Deze problematiek kan niet alleen verklaard worden aan de hand van het woningaanbod. Er zijn in de vraagzijde van de markt ook belangrijke ontwikkelingen gaande. Invloedrijke trends zijn individualisering, vergrijzing, vraag naar groter wonen, omgeving die belangrijker wordt en een stijgende vraag naar koopwoningen. Door deze veranderende vraag komen jaren '60 en '70 wijken minder vaak in beeld als een attractief woonmilieu. Dit heeft een negatief rekruteringspatroon tot gevolg.

Om de problematiek aan te pakken is herstructurering een veel voorkomende methode. Veelal is herstructurering gericht op een economische en fysieke aanpak van de wijk. Sociale factoren spelen hierbij een geringe rol. Toch is dit een factor die wel van betekenis is. Het succes van een buurt wordt bepaald door de bewoners ervan.

Er worden ook kanttekeningen geplaatst bij herstructurering. Deze worden onder andere ontleend aan het proces van gentrification zoals in de Amsterdamse Pijp zich heeft voorgedaan. Dit is een voorbeeld waarbij de problemen in een wijk zich vanzelf oplossen, zonder dat er sprake is van herstructurering. Voor jaren '60 en '70 wijken zal dit geen voor de hand liggende oplossing zijn, omdat het in het voorbeeld van de Amsterdamse Pijp om een centrumlocatie gaat. Terwijl jaren '60 en '70 wijken vaak buitenwijken van een stad zijn. Ook voor het ontwikkelen en snel afzetten van woningen dienen de wensen van huidige bewoners centraal te staan. Wanneer de ontwikkeling van woningen afgestemd is op de wensen van mensen buiten de wijk, dan blijft de verkoop achter. Mensen van buiten de wijk hebben een negatief imago van de wijk en gaan op zoek naar een woning elders. Mensen van binnen de wijk zien geen heil in een woning die niet op hun wensen is afgestemd. Kortom, als de woningen afgestemd zijn op potentiële kopersgroep van binnen de wijk, dan heeft een project een grotere kans van slagen. Autonome groei is hierbij een leidraad.

Winkelmarkt

Zowel de vraag naar winkels als het aanbod ervan zijn debet aan het veranderingsproces dat gaande is in de detailhandel. Aan de aanbodzijde zijn de volgende trends waarneembaar: schaalvergroting, differentiatie, filialisering, branchevervaging en leegstand. Bij de vraagzijde gaat het om: veranderend consumentengedrag, consumentenbestedingen, huishoudensverdunding en toegenomen mobiliteit. Dit samenspel tussen vraag en aanbod heeft uiteindelijk geleid tot de huidige problematiek van winkelcentra. De grotere winkelcentra worden groter ten koste van de kleinere winkelcentra. Feit blijft dat bovengenoemde ontwikkelingen zich niet zomaar laten stoppen. Sterker gezegd, ze zullen gewoon door gaan. De winkelcentra zijn in een heuse concurrentiestrijd beland. De wijk is niet langer het vanzelfsprekende klantenbestand, andere winkelgebieden proberen eveneens consumenten te trekken. Dit zal er toe leiden

dat de wijkwinkelcentra een grote verandering moeten ondergaan om aan de huidige wensen van de consument te kunnen voldoen en daardoor rendabeler te presteren. Willen de wijkwinkelcentra hun voortbestaan zeker stellen, dan zal daarvoor een bepaald marktaandeel nodig zijn. Om het marktaandeel te vergroten kan gebruik gemaakt worden van het concept gemakscentra. Daarbij staat gemakkelijk en efficiënt boodschappen doen centraal. De wijkwinkelcentra in jaren '60 en '70 wijken bestaan reeds voor het overgrote deel uit dagelijks winkelaanbod. Dit is het segment van de detailhandel waar de kansen liggen voor wijkwinkelcentra in jaren '60 en '70 wijken. Daarnaast kan een gemakscentrum, indien het erg succesvol is, wellicht uitgroeien tot meer dan het runshoppen.

8.2 Discussie

Het onderzoek levert naast het wetenschappelijke nut een bijdrage aan het ontwikkelingsproces voor Bouwfonds en andere ontwikkelaars. Middels het onderzoek is meer inzicht verkregen in hoe het revitaliseren van winkelaanbod in jaren '60 –'70 wijken de attractiviteit van het woningaanbod in jaren '60 –'70 wijken beïnvloedt. Deze kennis kan meegenomen worden bij het (her)ontwikkelen van winkelcentra en woningen in jaren '60-'70 wijken. De resultaten lijken aan te tonen dat een integrale ontwikkelingswijze hierbij de voorkeur verdient. Wonen en winkelen hangen sterk samen en leiden tot synergie, zeker wanneer het om wijkwinkelcentra gaat.

Vermeld moet worden dat het onderzoek niet representatief is voor alle Nederlandse jaren '60 en '70 wijken. De uitspraken die gedaan zijn op basis van het WBO kunnen wel op landelijk niveau geïnterpreteerd worden. Maar de resultaten van het survey-onderzoek gelden alleen voor de casestudies die in het onderzoek zijn meegenomen. Desalniettemin geven de resultaten een bepaalde richting aan die voor meerdere jaren '60 en '70 wijken op zou kunnen gaan.

Het onderzoek heeft interessante resultaten aan het licht gebracht. Omdat niet over alle resultaten harde uitspraken gedaan kunnen worden verdient het de voorkeur om voor een aantal van deze aspecten een vervolgonderzoek in te stellen. Hierbij gaat het om de volgende zaken:

- Het effect van revitalisering op de m²-prijzen. Deze relatie zal nader uitgezocht moeten worden om de directe invloed van de winkelcentra beter naar voren te halen. Er zal gekeken moeten worden in hoeverre de m²-prijzen mede beïnvloed ("vervuild") zijn door nieuwbouwwoningen of andere oorzaken. Er zal een totaal beeld geschetst moeten worden van factoren die de m²-prijs kunnen beïnvloeden. Dit gezien het feit dat in een zeer wijde omtrek van het winkelcentrum 'Leyweg' nog opvallende prijsstijgingen waargenomen zijn op het moment van oplevering. Of de impact daadwerkelijk zo ver reikt, blijft de vraag. Nader onderzoek kan dit mogelijkwijs uitsluiten.
- Het vliegwieleffect op investeringen na revitalisering van winkelcentra. Er kan onderzocht worden in hoeverre het opknappen van winkelcentra tot nieuwe bouwactiviteiten in de omgeving heeft geleid. Deze invloed kan door het analyseren van het aantal verstrekte bouwvergunningen nagegaan worden.
- De samenhang tussen klantentevredenheid over winkelcentra en de omzet per m² wvo. Gezien de sterke samenhang tussen de tevredenheid en kwaliteit van het winkelcentrum, lijkt het voor de hand te liggen dat een hogere tevredenheid tot hogere omzetcijfers zal leiden. Of er daadwerkelijk een causaal verband bestaat zal onderzoek uit moeten wijzen.

8.3 Aanbevelingen

- Investeer in het geheel. Kies voor een integrale benadering tussen woningen en winkels, die leidt tot meer synergie en zeer waarschijnlijk tot hogere m²-prijzen in de directe omgeving van het projectgebied. Daarnaast zal het op termijn tot nieuwe investeringsimpulsen leiden in de omgeving van het projectgebied. Eigenlijk is er sprake van een eigen kweekvijver voor projecten. Hierdoor kan de acquisitie van projecten enigszins veilig gesteld worden.
- Ga uit van autonome groei. De potentiële doelgroep voor de afzet van woningen bevindt zich in de wijken zelf, niet daarbuiten. Daarom moet er ook gebouwd worden naar de wensen van deze doelgroep. Aandachtspunten moeten zijn: sanitair, keuken, parkeren op eigen terrein en isolatie. Deze punten zijn juist gebreken aan de bestaande woningen. Des te beter is het om deze zaken als specifieke aandachtspunten bij de verkoop te benadrukken. Het bouwen voor consumenten buiten de wijk brengt een groter afzetrisico met zich mee, vanwege het imago van een wijk.
- Maak onderscheid tussen een jaren '60 wijk en een jaren '70 wijk. De afzetrisico's in jaren '60 wijken liggen hoger dan in jaren '70 wijken. Het profiel van een jaren '70 wijk scoort op alle aspecten beter dan die van een jaren '60 wijk. Aan de andere kant leidt het investeren in jaren '60 wijken tot een grotere bijdrage aan de omgevingskwaliteit dan in jaren '70 wijken.
- Focus niet alleen op de grootschalige winkelcentra voor herontwikkeling. Ook een aantal kleinere winkelcentra bieden zeker perspectief, mits geïnvesteerd wordt in veiligheid, productaanbod en kwaliteit van het winkelaanbod. Het concept van gemakscentra biedt hier zeker uitkomst. Voor een positief resultaat is een totale inventarisatie van het aanwezige winkelaanbod noodzakelijk. Door het verbeteren van enkele kleinere winkelcentra zullen met name de rijkere inkomensgroepen hier meer belang aan gaan hechten. Wat extra consumentenbestedingen met zich meebrengt. Daarnaast verhoogt een verbeterd winkelaanbod de attractiviteit van de woonomgeving.
- Neem afgeschreven winkelcentra ook mee in de ontwikkelingsportefeuille. Hier kan de detailhandelsfunctie omgezet worden naar een woonfunctie. Deze metamorfose zal zeker ten goede komen van de attractiviteit van de woonomgeving. Wat zich uiteindelijk door zal zetten in m²-prijzen van de woningen.

Literatuurlijst

- Boekema, F., Spierings, B., Wiel, van de E., (2000), *Winkels in de 21^{ste} eeuw: shoppen op nieuwe locaties*. Nieuwegein: Arko Uitgeverij BV
- Boersma, O. (2002), *Herstructurering buurt- en winkelcentra: De ontknoping*. Afstudeerscriptie Rijksuniversiteit Groningen.
- Bolt, E.J., (1995), *Handboek produktvorming in de detailhandel*. Utrecht: Winkel Beleggingen Nederland (WBN)
- Borchert, J.G. (1998), '*Spatial dynamics of retail structure and the venerable retail hierarchy*'. *Geojournal* 45(4), p. 327-336.
- Buit, J., (1971), *Over ruimtelijke impact-analyse: Haar betekenis voor ruimtelijke ordening en planologisch gericht onderzoek*. Kampen: J.H. Kok NV
- Buit, J., (1989), *Ruimtelijke impact van grootschalige herstructurering*. Amsterdam: Planologisch en Demografische Instituut Universiteit van Amsterdam
- Dasselaar, A. (2004), *Winkels in de etalage: een analyse van langdurige leegstand in Nederlandse hoofdwinkelgebieden*. Afstudeerscriptie Rijksuniversiteit Groningen.
- Doornbos, G (2006), *Zilveren golf, gouden kansen op de retailmarkt?*. Afstudeerscriptie Rijksuniversiteit Groningen.
- DTZ (2005), *Winkelhuren Amsterdam 2005: Inventarisatie marktprijzen detailhandelsruimte*. Utrecht: DTZ Zadelhoff Research.
- Duijvestijn, J., Hogewind, S., Olthof, S., Oudejans, T., Tegel, K. (2006), *De toekomst van de grote stad: stedelijke economie, retail en wonen*. Den Haag: Stichting Maatschappij en Onderneming (SMO)
- Ekkers, P. (2002), *Van volkshuisvesting naar woonbeleid*. Den Haag: Sdu Uitgevers BV
- Evers, D. (2001) '*The rise (and fall) of national retail planning*'. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 93(1), p. 107-113.
- Gemeente Utrecht (2000), *Detailhandelsnota Utrecht: Boodschap aan winkels*. Utrecht: Dienst stadsontwikkeling, afdeling Economische Zaken.
- Harms, E. (2005), '*Blanke, rijke wijk is nooit de insteek van vernieuwing geweest*'. *Tijdschrift voor de volkshuisvesting*, 11(2), p. 6-10.
- Keurs, G., Butter, S. (2003), '*Toekomst voor consumentgericht ontwikkelen*'. *Tijdschrift voor de volkshuisvesting*, 9(3), p. 12-16.
- Kool, C. (2006), '*Herstructurering levert slechts beperkte waarde stijging huizen op*'. *Property Research Quarterly*, 5(4), p. 10-15.
- Kraan, Q.J.M. (2006), '*Potentie doelgroepen Rotterdam*'. Haalbaarheidstudie naar luxe appartementen in de Rotterdamse woningmarkt. Amersfoort: Bouwfonds Property Development, afdeling Market Research
- Mulder, K. (2002), '*Winkels, scholen, cafés en speeltuinen*'. *Tijdschrift voor de volkshuisvesting*, 8(3), p. 42-45.

- Nationale Raad voor Winkelcentra (NRW) (2006), *De veranderende stad: peilers van retaildynamiek – op weg naar 2020*. Utrecht: NRW
- Norusis, M.j. (2000), *SPSS 10.0: Guide to data analysis*. New Jersey: Prentice-Hall
- Post, van der W. (2004), *Retail, Ruimte & Rendement*. Afstudeerscriptie Rijksuniversiteit Groningen.
- Priemus, H., Kempen van R. (1998), 'Herstructurering stadswijken verdient kans'. *Geografie*, 7(2), p. 4-8.
- Reinsma, J. (2000), *Binnenstedelijke herstructurering van naoorlogse wijken*. Afstudeerscriptie Rijksuniversiteit Groningen.
- Ruimtelijk PlanBureau (RBP) (2005), *Winkelen in megaland*. Rotterdam: NAI Uitgevers
- Ruimtelijk PlanBureau (RBP) (2006), *De prijs van de plek: Woonomgeving en woningprijzen*. Rotterdam: NAI Uitgevers
- Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) (2001), 'Het nieuwe consumeren: een vooruitblik vanuit demografie en individualisering'. Den Haag: SCP
- Soet, de J. (2005), *Visies op winkelvastgoed*. Vlaardingen: Management Studiecentrum Congressen
- Soeterboek, R. (2004), *Een tweede toekomst voor winkelstrips*. Afstudeerscriptie Technische Universiteit Eindhoven
- Terpstra, P. (2002), 'Hierarchie op de helling'. *Rooilijn*, 8, p. 409-414
- Voogd, H. (2001), *Facetten van de Planologie*. Alphen aan de Rijn: Kluwer
- VROM (1997), *Nota Stedelijke vernieuwing*. Den Haag: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer
- VROM (2000), *Nota: Mensen, wensen wonen*. Den Haag: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer
- VROM (2000b), *Nota: Mensen, wensen wonen Bijlagen*. Den Haag: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer
- VROM (2002a), *Beter thuis in wonen*. Den Haag: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer
- VROM (2002b), *Kwaliteit van stedelijke vernieuwingswijken*. Den Haag: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer
- VROM (2003), *De kwaliteit van de Nederlandse woning en woonomgeving rond de millenniumwisseling*. Den Haag: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer
- VROM (2006a), *Stedelijke vernieuwing: kosten en baten*. Den Haag: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer
- VROM (2006b), *Ruimte geven bescherming bieden: een visie op de woningmarkt*. Den Haag: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer

Internetbronnen:

CBS (2006), <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/arbeid-inkomen-sociale-zekerheid/inkomen-bestedingen-vermogen/publicaties/artikelen/2006-2021-wm.htm>, bezocht op 25 september 2006

Ecorys (2006), http://www.ecorys.nl/2006/index.php?option=com_content&task=view&id=121&Itemid=73, bezocht op 30 januari 2006

Locatus (2006), <http://www.locatus.nl/index.html?pid=30>, bezocht op 23 januari 2007

NVM (2006), http://www.nvm.nl/nvm/index.jsp?navid=_nvmvoor&doelgroep=pers&detailId=nvm083524, bezocht op 9 oktober 2006

RPB (2006), <http://www.rpb.nl/nl-/Default.aspx?hrf=http%3A%2F%2Fwww.rpb.nl%2Fcontent%2Fcompendium.aspx%3Fpid%3D34%26id%3D3023%26themeId%3D129>, bezocht op 13 september 2006

Van Dale (2006), <http://www.vandale.nl>, bezocht op 27 januari 2007

Wikipedia (2006), <http://nl.wikipedia.org/wiki/Gentrification>, bezocht op 24 oktober 2006

Programma's:

Locatus (2006b), locatieverkenner

Statline (2006), online database CBS

Vastgoedmonitor (2005), ABF Research

Filename: Scriptie Gert-Jan van Amerongen
Directory: E:
Template: X:\Data\Application
Data\Microsoft\Templates\Normal.dot
Title: Hoofdstuk 1 Inleiding
Subject:
Author: wbamerongen
Keywords:
Comments:
Creation Date: 2/12/2007 11:20:00 AM
Change Number: 24
Last Saved On: 3/15/2007 1:51:00 PM
Last Saved By: Janus
Total Editing Time: 218 Minutes
Last Printed On: 8/20/2007 12:40:00 PM
As of Last Complete Printing
Number of Pages: 81
Number of Words: 31.771 (approx.)
Number of Characters: 181.101 (approx.)